



**Universidade de  
Aveiro**  
Ano 2016

Departamento de Comunicação e Arte

**Tatiana Vanessa  
Bento Melo**

**Reportagem de Proximidade: Aspetos a considerar  
no seu desenvolvimento**





**Tatiana Vanessa  
Bento Melo**

**Reportagem de Proximidade: Aspetos a considerar  
no seu desenvolvimento**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Comunicação Multimédia, realizada sob a orientação científica do Doutor Telmo Eduardo Miranda Castelão da Silva, Professor Auxiliar do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro



À minha família



## **o júri**

presidente

**Prof. Dra. Maria João Lopes Antunes**

professora auxiliar do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro

**Prof. Dr. Pedro Jerónimo Pedrosa**

professor auxiliar do Instituto Superior Miguel Torga

**Prof. Doutor Telmo Eduardo Miranda Castelão da Silva**

professor auxiliar do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro





## **Agradecimentos**

Em primeiro lugar aos meus pais, irmãos e namorado, pilares fundamentais ao longo deste projeto e que me fizeram sempre acreditar que vale a pena o esforço.

Aos meus amigos pela compreensão e apoio.

A toda a equipa do Porto Canal, pela incansável ajuda e por me terem feito sentir em casa. Um agradecimento especial à Vanda Balieiro, por todas as experiências proporcionadas.

Por fim, mas não menos importante, ao Prof. Telmo Silva pela excelente forma como me orientou, de quem sempre senti total confiança no meu trabalho, mesmo nos momentos em que eu própria não acreditava.



## **palavras-chave**

jornalismo de proximidade, televisão, reportagem, território

## **resumo**

O jornalismo de proximidade caracteriza-se por promover uma diferente forma de comunicar. A informação difundida pretende, mais do que dar a conhecer uma situação, fazer com que o público se sinta parte dela, estabelecendo, assim, uma relação baseada no interesse comum.

Quando utilizado como veículo um meio de comunicação tão abrangente como a televisão e um género informativo com as características ímpares da Reportagem, todas as particularidades do jornalismo de proximidade saem reforçadas. Para além disso, numa era marcada pela globalidade e ausência de fronteiras, torna-se pertinente perceber a importância dada ao local. Neste sentido, o presente trabalho tem como principal objetivo identificar as *guidelines* da reportagem de proximidade, tendo como base o estudo de caso das reportagens emitidas no Porto Canal.

Para atingir o objetivo, o investigador esteve durante quatro meses nas instalações da estação televisiva e desempenhou as várias tarefas inerentes à criação deste género jornalístico, conseguindo, assim traçar as diferentes linhas orientadoras de uma reportagem construída neste contexto, atendendo às diferentes fases do processo de construção: Produção, Realização e Pós-Produção.



**keywords**

local journalism, television, news report, region

**abstract**

Local journalism is characterized by promoting a different way to communicate. The information disseminated aims to - more than make known a situation - make the audience feel part of it, thus establishing a relationship based on common interest.

When used as a means of communication as broad as television and an informative genre with the unique characteristics of the news report, all the characteristics of local journalism are reinforced. Besides, in an era marked by globality and an absence of borders, it is pertinent to realize the importance given to the local itself. In this sense, this work has as main objective to identify the guidelines of the news report at a proximity level, based on the case study of news reports broadcasted by Porto Canal.

To achieve the objective, the investigator spent four months in the facilities of the television station and performed various tasks involved in the creation of this journalistic genre, having achieved the different guidelines of a story built in this context, taking into account the different stages of the construction process: production, implementation and post-production.



## **Índice**

<b>Introdução .....</b>	<b>18</b>
<b>Capítulo I – Jornalismo de Proximidade .....</b>	<b>21</b>
1.1 Jornalismo: Origem e Evolução .....	21
1.2 O Conceito de Proximidade .....	25
1.3 Limites e Desafios .....	31
<b>Capítulo II – A Televisão como Meio de Informação Regional .....</b>	<b>38</b>
2.1 O Poder da Televisão .....	38
2.2 A Informação Televisiva de Proximidade .....	43
2.3 Critérios de noticiabilidade nas televisões regionais .....	51
<b>Capítulo III – Reportagem .....</b>	<b>55</b>
3.1 Géneros Televisivos .....	55
3.2 Reportagem .....	60
3.3 A Reportagem enquanto Conteúdo Audiovisual .....	66
3.4 A Reportagem de Proximidade .....	70
<b>Capítulo IV – Metodologia de investigação .....</b>	<b>74</b>
4.1 Pergunta de Investigação .....	74
4.2 Finalidades e Objetivos .....	75
4.3 Metodologia .....	76
<b>Capítulo V – Estudo de Caso .....</b>	<b>80</b>
5.1 Porto Canal .....	80
5.1.1 Perspetiva Histórica .....	80
5.1.2 O papel das delegações ao serviço da proximidade .....	83
5.1.3 Informação .....	86
5.1.4 Mundo Local .....	88
5.1.5 Edição On-line .....	90
5.2 Construção da Reportagem de Proximidade .....	94
5.2.1 Produção .....	94
5.2.1.1 Obtenção de Informação .....	95
5.2.1.2 Critérios de Noticiabilidade .....	99
5.2.2 Realização .....	103
5.2.2.1 Preparação e Deslocação ao Local .....	103
5.2.2.2 Elaboração da Reportagem .....	107

5.2.3 Pós-Produção .....	110
5.2.3.1 O Processo de Edição .....	110
5.2.3.2 O Jornalista/Editor .....	113
<b>5.3 Análise de Resultados: As <i>Guidelines</i> da Reportagem de Proximidade.....</b>	<b>117</b>
<b>Conclusão .....</b>	<b>124</b>
<b>Bibliografia.....</b>	<b>128</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>133</b>



## Índice de Figuras

Figura 1 – Área de cobertura noticiosa do Porto Canal.....	85
Figura 2 - Notícias de abertura do dia 19 de Fevereiro de 2016 .....	101
Figura 3 - Notícia do programa Mundo Local de 7 de Março de 2016 .....	106
Figura 4 - Notícia do programa Mundo Local de 14 de Abril de 2016 .....	108
Figura 5 - Exemplos de imagem inicial e final de reportagens do Porto Canal ..	112

## Introdução

Atualmente, vivemos numa sociedade onde a informação ocupa um papel determinante. Os indivíduos que a constituem demonstram curiosidade acerca dos acontecimentos e gostam de expressar o seu parecer sobre os mesmos. Assim, recorrem aos *media* de forma a obterem todos os dados necessários à formulação dessa opinião.

“Ao longo dos séculos, as pessoas têm desejado ser informadas sobre o que as rodeia, usando o jornalismo para se manterem em dia com os últimos acontecimentos, para os combinarem com um conhecimento do tópico que lhes permita participar em conversas pessoais e de grupo” (Traquina, 2002,p.10).

A importância dada à informação pode ser constatada quando verificamos que são vários os canais informativos disponíveis na televisão por cabo. Todos os generalistas nacionais portugueses sentiram a necessidade de criar um canal temático, capaz de oferecer ao público um horário mais alargado de conteúdos informativos, surgindo, assim, a SIC Notícias; RTP3 e a TVI 24.

De um modo geral, esses conteúdos podem ser difundidos em diversos meios, com características completamente distintas – Imprensa; Rádio e Televisão. No entanto, e apesar de no seu surgimento ter vivido durante alguns anos à sombra da rádio, e de atualmente ter que lidar com a utilização da Internet como veículo de informação, a televisão continua a ser o meio de comunicação de excelência. O imediatismo e o facto de associar som e imagem, permitindo ao telespectador realizar simultaneamente outras tarefas, têm-se revelado características fundamentais para a seleção deste meio em detrimento de outros.

Quanto à escolha do conteúdo ao qual se pretende assistir, o telespectador prefere aquele que se relacione com os seus interesses pessoais. Este pode ser condicionado por diversos fatores, no entanto, um deles é, normalmente, consensual: a proximidade. Essa proximidade não se refere simplesmente ao espaço geográfico, é um fenómeno que vai mais além e que envolve a vertente social, temporal e psicoafectiva, traduzindo-se no sentimento de pertença a determinada comunidade.

De forma a garantir a difusão de informação de proximidade surgiu uma diferente forma de fazer jornalismo, levada a cabo por meios que se “dirigem a uma comunidade humana de tamanho médio ou pequeno, delimitada territorialmente, com conteúdos relativos à sua experiência quotidiana, às suas preocupações e aos seus problemas, ao seu património linguístico, artístico e cultural e à sua memória histórica” (Moragas as cited in Coelho, 2005, p. 154).

Posto isto, percebendo a importância da televisão como meio de divulgação, e dos conteúdos de proximidade como elementos de construção de identidade, associados à comunidade em que estamos inseridos, é possível entender a pertinência do estudo sobre o jornalismo de proximidade praticado pela televisão

Quanto ao modo como os *media* partilham informação é possível identificar vários géneros jornalísticos. No entanto, a Reportagem assume um papel de destaque, tornando-se um género de referência.

A construção da reportagem obriga o profissional a um conhecimento mais aprofundado de determinado tema e permite a inclusão de outros géneros dentro de si própria, como é o caso da entrevista, tornando-se, por isso, um género muito completo.

Consciente da importância da reportagem em jornalismo, na presente investigação pretende-se perceber a que regras de construção esta deve obedecer quando pensada para um meio específico – televisão – e num contexto que lhe confere características únicas: Jornalismo de Proximidade.

Deste modo, o documento encontra-se dividido em cinco capítulos. O primeiro centra-se no jornalismo de proximidade, focando-se na origem do jornalismo, conceito de proximidade e os limites e desafios que este meio encontra.

No segundo capítulo, é analisada a televisão enquanto meio de difusão de conteúdos informativos. Pretende-se perceber o poder da televisão e a forma como esta se distingue dos restantes meios, a sua utilização como agente de divulgação de informação de proximidade e os critérios de noticiabilidade que os conteúdos devem ter para corresponder às exigências do meio.

O terceiro capítulo é dedicado ao género jornalístico em estudo – Reportagem. Aqui, é feita a contextualização histórica, onde são analisados os restantes géneros jornalísticos de forma a perceber como este se destaca; é analisada a reportagem

enquanto conteúdo audiovisual, com todas as características que lhe são inerentes e, por fim, abordada a sua utilização em contexto de Jornalismo de Proximidade. Os três capítulos iniciais apresentam, assim, uma reflexão teórica que permite o enquadramento da temática, facilitando a compreensão dos seguintes.

O capítulo IV é dedicado à metodologia, onde se explica o processo metodológico escolhido, bem como os objetivos e a pergunta de investigação da presente dissertação.

No último capítulo são apresentadas as várias fases do estudo de caso. Aqui é explicada a pertinência da escolha das reportagens do Porto Canal como objeto de análise, tendo em conta a história da estação televisiva e os conteúdos de informação de proximidade por esta transmitidos.

Por fim, procede-se à interpretação dos dados recolhidos pelo investigador aquando a sua estadia no Porto Canal, tendo em conta as várias etapas do processo de construção de um conteúdo audiovisual - Produção, Realização e Pós-Produção – o que culmina com a enumeração das *guidelines* de uma reportagem de proximidade.

Desta investigação resultou a publicação de um artigo científico na revista Estudos em Comunicação<sup>1</sup>, apresentando-se como um resumo de toda a informação analisada ao longo da dissertação.

---

<sup>1</sup> O artigo pode ser consultado em <http://www.ec.ubi.pt/ec/22/pdf/ec-22-05.pdf>

## Capítulo I – Jornalismo de Proximidade

### 1.1 Jornalismo: Origem e Evolução

Existem várias palavras que podemos associar ao jornalismo. Se pensarmos enquanto conceito, este surge ligado ao dever de informar, ao culto do imediato, à tarefa de espelhar a realidade, mas, principalmente, associado a um valor fundamental de uma sociedade democrática: Liberdade.

Para Traquina (2002) é difícil encontrar uma definição precisa para jornalismo, mas considera que “pode ser visto como a vida em todas as suas dimensões, como uma enciclopédia” (p.9). Silva (2010) define-o “como um conjunto de técnicas, baseado no imediatismo e depende intimamente dos acontecimentos sociais” (p.1).

Embora não seja fácil explicar em que consiste o jornalismo, este conta com uma extensa história, um longo caminho a acompanhar os momentos importantes de cada região, país e do mundo.

Por vezes, é muito difícil definir exatamente a origem das coisas, sobretudo quando existiram vários fatores que levaram ao seu aparecimento. No caso da imprensa, é crucial a referência a Gutenberg e ao seu contributo para a expansão da comunicação impressa, na década de 40 do século XV, com a invenção da moderna tipografia - imprensa - com caracteres metálicos móveis. No entanto, o jornalismo como o conhecemos nos dias de hoje, teve origem no século XIX, altura em que se desenvolveu o primeiro *mass media* - Imprensa.

Segundo Traquina(2002) surgem nesta época valores jornalísticos que nos acompanham até hoje: “as notícias, a procura da verdade, a independência, a objetividade e uma noção de serviço público” (p.20).

Uma das grandes alterações que se verificou nesse século foi o surgimento de uma nova forma de informar. O jornalismo preocupado com a propaganda, característica do século XVIII, deu lugar a um jornalismo onde predominam os factos e não as opiniões, onde o que realmente importa é a informação. Neste contexto, surge também a ideia de jornalismo enquanto profissão:

“A vertiginosa expansão dos jornais no século XIX permitiu a criação de novos empregos nos jornais; um número crescente de pessoas passou a dedicar-se a tempo inteiro a uma atividade que, ao longo desse século, foi criando um novo objetivo – fornecer informação e não propaganda. (Traquina, 2002. p. 20).

Foram vários os fatores que contribuíram para a época gloriosa que a imprensa presenciava, conhecida como a “idade de ouro”. Destacam-se a evolução económica, que resulta no aparecimento de uma nova forma de financiamento - a publicidade; os avanços tecnológicos, como a invenção da fotografia e do telégrafo; alterações sociais, nomeadamente a instituição de escolas públicas, permitindo a alfabetização de um maior número de pessoas, e, por fim, a evolução do sistema político, que levou a reconhecimento de valores fulcrais, como a liberdade:

“Não só os novos lucros do capitalismo, como a nova e poderosa maquinaria e os novos e ansiosos leitores ávidos de notícias variadas alimentaram a expansão da imprensa. Outro ingrediente fundamental, mesmo essencial para o crescimento de um campo jornalístico cada vez mais autónomo e credível, é a liberdade.” (Traquina, 2002, p.25)

No entanto, as alterações fizeram com que o jornalismo de finais do século XIX e século XX, fosse, segundo Silva (2010), “tratado como produto”, o que apresenta aspetos favoráveis e desfavoráveis. No lado positivo, encontra-se “o reconhecimento do jornalismo como profissão, a sua estruturação e regularização, além de uma maior independência na cobertura dos fatos, mesmo que subjetiva”. No lado negativo “destaca-se a disputa pelo público e o surgimento de uma nova dependência, que se antes era estritamente política, passou a ser também económica, além de, mesmo que em menor intensidade, ainda sofrer com pressões e subornos políticos.” (p.8).

Ao refletir sobre o jornalismo, nesta época em específico, a imprensa surge como o meio de excelência. No caso português, os primeiros jornais diários surgiram em 1809 - Gazeta de Lisboa e o Diário Lisbonense - embora a Gazeta de Lisboa já existisse não publicava conteúdos diariamente. No entanto, foi em 1864, com o nascimento do Diário de Notícias que, segundo Sousa (2006):

“o jornalismo português entra na modernidade. Com o aparecimento do DN, rompeu-se com a tradição da imprensa opinativa, em favor da imprensa informativa de qualidade, e começou a trilhar-se o caminho que haveria de conduzir à profissionalização dos jornalistas portugueses” (p. 148).

A Rádio e a Televisão viriam a surgir em Portugal no século XX. Em 1935, era inaugurada a Emissora Nacional de Radiodifusão, iniciando a profissionalização da rádio em Portugal. A televisão fez as primeiras emissões experimentais, pela RTP, em 1956, na Feira Popular de Lisboa.

Estes dois meios de comunicação de massas assumem características próprias que os distinguem dos demais. A rádio apresenta uma linguagem que “se baseia na dosagem de som e silêncio”, funcionando as mensagens sonoras como “estímulos auditivos”, através das quais “transmite imagens da realidade, comunica sensações, sentimentos e emoções, e difunde informação”. (Sousa, 2006, p.573-574).

Por sua vez, segundo o mesmo autor, a televisão apresenta como principal característica a sua “omnipresença em cada lar”, tornando-se “preponderante entre os *mass media*, cumprindo várias funções, comuns a outros meios de comunicação: informar, formar, entreter.” (p.580).

Embora os diferentes meios de comunicação de massas tenham surgido em épocas distintas, e seja possível encontrar-lhes várias diferenças na forma como exercem a função de informar, estes acabam por estar fortemente interligados. Segundo Sousa (2006) “As mesmas tendências informativas que moldaram o jornalismo impresso moldaram, igualmente, o radiojornalismo e o telejornalismo, como a tendência para a

especialização e para o jornalismo interpretativo que se desenhou a partir dos anos sessenta do século XX” (p.167). O mesmo se verifica quando se faz a análise inversa:

“O jornalismo impresso também terá sido contaminado pelos processos do jornalismo audiovisual. A invasão dos jornais pelo jornalismo de serviços, pela cor e pelas fotografias, o triunfo do design e a condensação e encurtamento dos textos e das frases nos jornais terão sido parcialmente provocados pela influência da televisão sobre a sociedade e as pessoas e, consequentemente, sobre os jornais” (Ledo Andión as cited in Sousa, 2006, p.167)

Após um breve resumo sobre o trajeto do jornalismo até aos dias de hoje, é possível abordar o tema central da presente investigação - o Jornalismo de Proximidade. Este é reconhecido legalmente pelo Estatuto da Imprensa Regional, em vigor desde 1988, que define a imprensa regional como:

“Todas as publicações periódicas de informação geral, conformes à Lei de Imprensa, que se destinem predominantemente às respectivas comunidades regionais e locais, dediquem, de forma regular, mais de metade da sua superfície redatorial a factos ou assuntos de ordem cultural, social, religiosa, económica e política a elas respeitantes e não estejam dependentes, diretamente ou por interposta pessoa, de qualquer poder político, inclusive o autárquico.”

Uma forma de informar pensada e destinada para um público específico, onde a proximidade e a noção de território comandam o discurso.



## 1.2 O Conceito de Proximidade

Desde muito cedo que nos habituamos a valorizar o que nos é próximo, tanto a nível afetivo, social, temporal ou geograficamente.

A família ou aqueles com quem crescemos e convivemos diariamente apelidamos de pessoas próximas, e no campo social estabelecemos mais facilmente laços com aqueles que partilham ideologias próximas das nossas. Esta proximidade também se verifica quando analisada a questão temporal. Pois, somos educados a guardar o passado e a preparar o futuro, mas sempre com o pensamento no presente, isto é, no tempo que nos está próximo. Por fim, e no que ao espaço diz respeito, a nossa naturalidade cria um sentimento de pertença não só à localidade onde nascemos, mas também àquelas que lhe são próximas geograficamente.

Se recorrermos à definição do conceito de proximidade, vimos reforçada a tipologia acima referida. Proximidade pode, então, ser vista como “um curto espaço”, isto é, proximidade geográfica; “um pequeno período de tempo a que está um acontecimento”, proximidade temporal, ou “aproximação social ou afetiva”, proximidade afetiva.<sup>2</sup>

Após um enquadramento do conceito de proximidade, reúnem-se as condições necessárias para analisar a forma como esta se aplica em contexto informativo.

Quando se pensa em informação de proximidade, assume-se uma relação entre os *media* e os recetores da informação, uma relação baseada no interesse comum. Esse interesse reflete-se no cidadão quando espera que determinado assunto seja abordado pelo *media* e no *media* quando escolhe determinada temática que pensa ter mais audiência por parte do público.

Neste sentido, Raimundo (1991) considera que “a lei da proximidade” em informação nasce “da preocupação de conquistar as boas graças do público, através da criação de cadeias de cumplicidade” (p.70). Essa proximidade pode assumir as

---

<sup>2</sup> Dicionário Priberam da Língua Portuguesa (2008-2013). Proximidade. Retrieved November 2, 2015 from <http://www.priberam.pt/dlpo/proximidade>.

quatro vertentes já analisadas: geográfica; temporal; psicoafectiva e social. E são “os laços de proximidade resultantes dessas vertentes que são capazes de determinar a audiência” (Camponez, 2002, p.118).

No entanto, e apesar das restantes formas de refletir a proximidade não serem totalmente descartadas, no caso dos meios de comunicação regionais a vertente geográfica assume um papel primordial.

Peruzzo (2005) oferece uma definição de informação de proximidade que demonstra claramente a ideia:

“Entendemos por informação de proximidade aquela que expressa as especificidades de uma dada localidade, que retrate, portanto, os acontecimentos orgânicos a uma determinada região e seja capaz de ouvir e externar os diferentes pontos de vista, principalmente a partir dos cidadãos, das organizações e dos diferentes segmentos sociais. Enfim, a mídia de proximidade caracteriza-se por vínculos de pertença, enraizados na vivência e refletidos num compromisso com o lugar e com a informação de qualidade e não apenas com as forças políticas e econômicas no exercício do poder.” (p. 81)

A região onde determinado meio se insere marca, assim, todo o seu funcionamento - desde a escolha das temáticas a abordar, o enfoque que é dado e, conseqüentemente, a mensagem transmitida. O território aparece em primeiro lugar, e se a notícia se refere a algo que ultrapassa esse espaço, é analisado o impacto local que a mesma poderá ter.

No caso do Porto Canal, o órgão sobre o qual será realizado o estudo de caso, esta ideia é notória no alinhamento do telejornal. As notícias de abertura são, normalmente, de cariz regional, deixando as nacionais para segundo plano. No entanto, se existir uma informação de extrema relevância nacional, essa poderá

passar para o início do telejornal, sempre salvaguardando a importância da mesma para a região.

Esta orientação é defendida por Gerbaud (1996) na análise que faz sobre a imprensa local francesa, para quem “O jornal local estabelece uma relação mais convívil e calorosa, onde o jornalista tem o dever de informar: em primeiro lugar, sobre o que está à sua volta, de seguida sobre o que se passa no seu país e, finalmente, sobre o mundo.” (p.10-11)

Também Carlos Camponez, em *Jornalismo de Proximidade*, abordando o caso da imprensa regional, dá uma grande importância ao território, ao afirmar que esta o escolhe “como o lugar de realização do seu empenhamento: editorial, cultural, discursivo, económico”. (Camponez, 2002, p.273)

O mesmo autor entende que “a proximidade pode ser geradora do que denominamos por comunidade de lugar. O conceito reporta-se a uma proximidade situada localmente, num espaço e num tempo territorialmente identificados”. (p.20)

Essa comunidade, quando atribuída às reflexões de Robert Boure e Alain Lefebvre (2000, p. 270), é descrita como “lugar específico que se distingue dos outros lugares pelas singularidades ligadas à origem, à sua construção, mas também à sua localização no espaço”.

Assim, pode-se assumir que o aspeto geográfico tem uma grande implicação na produção de conteúdos informativos nos *media* regionais. No entanto, deve-se ter em conta que esta acaba por estar interligada com as outras vertentes, nomeadamente a social. Puente (as cited in Camponez, 2002, p.119) reforça a ideia ao afirmar que “a proximidade tem a ver também com as realidades sociais que nos rodeiam, os serviços de que dispomos na nossa vila ou aldeia”.

Atualmente, o modo como os *media* difundem a informação e nos aproximam das situações, independentemente da distância a que estas acontecem, levam-nos à ideia de “Aldeia Global” defendida por McLuhan, segundo a qual o mundo se traduz numa pequena aldeia, em que todos se conhecem.

Neste contexto, surgem dúvidas em relação ao modo como se pode destacar uma região. Materializando a questão, perguntamo-nos: Como somos capazes de dotar de interesse uma informação que aborda assuntos ligados a uma região quando as fronteiras parecem tender a desaparecer?

A resposta passará pelo sentimento de pertença e pelos laços sociais criados. Numa altura em que por diversos fatores, como o avanço tecnológico e o aumento da literacia digital, assistimos a uma homogeneização na receção de conteúdos, e vivemos uma época marcada pelo imediato, surge a necessidade de marcar a diferença. E chegados à “aldeia global concluímos que a única coisa que nos diferencia na verdade é a nossa aldeia” (Puente as cited in Camponez, 2002, p.120).

Assim sendo, se pensarmos no conceito de região, tão abordado ao longo da presente investigação pela ligação com a informação de proximidade, podemos concluir que esta não se limita simplesmente ao aspeto físico. A região é “sobretudo uma relação entre pessoas, um espaço de apropriação e de identificação, uma construção social permanente” (Ramirez as cited in Coelho, 2005, p.153).

Nessa região, os *media* ocupam um papel determinante. Por um lado, devem ser os responsáveis pela prática da comunicação, vista como “a base que torna possível a interação entre os diversos atores sociais que ocupam o território de determinada região” (Coelho, 2005, p.153). Por outro lado, devem reforçar os laços sociais e o sentimento de pertença, de modo a criar a identidade regional. Para Carlos Camponez, analisando o caso particular da imprensa regional portuguesa, a razão de ser deste meio de comunicação baseia-se “no próprio pressuposto da existência de um espaço público ligado pela identidade, à qual pretende dar voz e, por essa via, reforçar os sentimentos de pertença”. (Camponez, 2002, p.29)

João Carlos Correia reforça esta ideia ao defender que “a definição de um campo jornalístico regional deve ter em conta que a identidade de regiões comporta a necessidade de mecanismos de produção simbólica que contemplem o reforço do sentimento de pertença”. (Correia, 1998, p.161)

Ou seja, a criação da identidade regional pode ser considerada como uma das principais funções dos meios de comunicação regionais e locais. Coelho (2005) defende que a identidade regional é “o motor da região”, e a maneira como cada região a encara condiciona a criação de meios e até mesmo o desenvolvimento da própria região:

“As regiões com forte grau de identidade esforçam-se por preservar e reforçar o conjunto de elementos que as distingue das demais, para tal exigem a criação de meios de comunicação social próprios. Entre os meios de comunicação social e a região estabelece-se, assim, um pacto que tem como princípios básicos o reforço da identidade regional e o desenvolvimento da própria região.” (p.153)

Esse pacto comunicacional – Pacto de Proximidade - assumido entre os *media* e os que constituem a comunidade, tem como principal objetivo “defender a região e as gentes em nome do desenvolvimento” (Coelho, 2005, p.153).

Aqui, ambos desempenham um importante papel. Os *media* são responsáveis por dotar de informação os membros da comunidade, ao abordar os temas que lhes despertam um maior interesse, ouvindo as diferentes opiniões dos seus participantes. A comunidade, por sua vez, deve dar aos *media* as condições necessárias para a produção de conteúdos, como a partilha de informações que considerem relevantes. Ou seja, os meios de comunicação e os membros da comunidade devem atuar em conjunto pelo sucesso da região. Para Carlos Camponez é neste compromisso que “se frutifica ou fracassa, se diversifica ou homogeneíza a comunicação”. (Camponez, 2002, p.103)

O Pacto de Proximidade tem também a função de nos ajudar a perceber se os conteúdos transmitidos por determinados órgãos de comunicação se enquadram no conceito de informação de proximidade. Isto é, existem diversos meios regionais e locais, contudo estes podem não desempenhar adequadamente as suas funções e não serem promotores do desenvolvimento da região, não cumprindo assim o referido pacto, isto fará com que a informação passada não obedeça aos critérios e não possa ser considerada informação de proximidade.

Com este acordo, mais do que divulgar uma região enquanto um espaço físico, pensa-se no seu desenvolvimento social e só os *media* que forem capazes de o seguir conseguem cumprir a função social que lhes é atribuída.

No exercício desta função, espera-se que os meios de proximidade, pelas suas características, sejam capazes de promover o debate, que ofereçam opiniões contraditórias sobre a mesma situação, apelando à construção de um espaço público que dê primazia ao uso da razão.

João Carlos Correia (1988) reforça esta ideia ao considerar que o jornalismo local pode ser um “elemento estruturador desse espaço público regional entendido como esfera crítica de debate e de interação dos cidadãos em torno dos problemas que lhes são mais próximos” (p.156).

Para Blumler e Gurevitch (as cited. in Coelho, 2007) é possível reconhecer a função social, no caso das televisões de proximidade:

“Quando estes media se transformam nos vigilantes do espaço público, no sentido em que fiscalizam o poder e os seus representantes, criticando-os, se tal for necessário, ou iluminando o caminho de todos os que participam nesse exercício. O cumprimento dessa função social determina, igualmente, que, ao mesmo tempo que esses media dotam os cidadãos dos instrumentos que lhes permitem questionar a política e os políticos, favorecem a participação desses destinatários no processo de tomada de decisão, contribuindo para atenuar, por isso mesmo, o fosso que os separa da elite.” (p.322)

A aproximação entre os pertencentes à região, independentemente das posições que nela ocupam, deve ser realçada dentro dos resultados esperados do bom desempenho da função social.

### 1.3 Limites e Desafios

O jornalismo de proximidade, pelas particularidades que o caracterizam, encontra diversos desafios e limites no seu exercício. No que respeita aos desafios, estes passam pela capacidade de fazer uma adaptação ajustada de informações nacionais à realidade local; assumir um papel que o distinga em relação aos generalistas; fazer uma utilização inteligente dos meios de difusão, tirando partido daquilo que eles oferecem, nomeadamente a internet, e ser capaz de ultrapassar fronteiras, tornando-se reconhecido internacionalmente, aproveitando, para isso, a comunidade emigrante.

Porém, conseguir estar à altura de todos estes desafios não é tarefa fácil para um meio que encontra constantemente fortes entraves. O jornalismo de proximidade, pela sua dimensão e área de atuação, continua a apresentar muitas dificuldades em conseguir financiamento que o torne isento de poderes políticos e económicos. A publicidade é escassa e a dependência de certas entidades levam a colocar em causa o princípio básico da profissão: a isenção do jornalista.

Começando por analisar os desafios, ao adaptar a informação à realidade em que estão inseridos, os meios de proximidade assumem a estratégia de captar a atenção da audiência para algo exterior, mostrando como isso os pode afetar.

Helena Vaz da Silva estabelece uma relação entre os meios de pequena dimensão e a Europa. Para a ex-eurodeputada, os meios regionais e locais são uma forma de contacto entre “a superestrutura distante de Bruxelas e o dia a dia dos cidadãos”, sendo estes quem pode “traduzir em linguagem concreta as normas e legislações europeias, assim como são eles que podem fazer chegar às instituições europeias os anseios e dificuldades de cada região” (as cited in Camponez, 2002, p.115).

A Europa e o mundo parecem tão distantes, quando o objeto de análise é algo ligado ao território, mas é aí que os meios de proximidade encontram o grande desafio: ser capaz de “traduzir para a escala local as implicações dos acontecimentos de maior magnitude” (Malainho, 2010, p.16). Aqui, o local assume-se como o “espaço

de concretização das estratégias globais: o lugar de transformação dos particularismos numa cultura global” (Camponez, 2002, p.59).

Ao analisar o global, existe algo que lhe está subjacente, os meios de comunicação generalistas. Estes difundem conteúdos para uma população mais abrangente, sem ter a preocupação de obedecer a acordos, como o já referido Pacto de Proximidade. Neste contexto, os meios locais e regionais têm que ser capazes de se diferenciar e marcar uma posição.

Essa distinção pode ser feita de várias formas. Correia (1998) defende que a Comunicação Social Regional Portuguesa apresenta “alguns traços típicos do jornalismo pré-industrial”, ao contrário da Comunicação Social Nacional, onde “já se verificou todo o ciclo de industrialização do jornalismo, que coincide com a formação de um tipo de empresas especializadas” (p.157):

“Traços como sejam a forte presença do leitor, do ouvinte e do assinante na vida do jornal e da rádio, em contraste flagrante com a virtualização dos públicos praticada na grande indústria jornalística, a marca da polémica e do debate ressoando nos espaços de opinião e debate refletindo a forte presença da elite regional junto da redação, a colaboração assumida com formas de associativismo; a recorrência de temas e a resistência à conexão jornalismo-publicidade são reminiscências de uma forma de exercício de racionalidade parcialmente banida dos media nacionais.” (p. 161)

Outra maneira de diferenciar estes meios de comunicação, segundo Correia (1998), é a forma de interação entre os *media* e as audiências. No jornalismo regional a “interação é face a face”, onde “os públicos devido à sua proximidade com as empresas jornalísticas, contaminam a produção informativa com a forma como sentem a sua vivência quotidiana”. Nos meios nacionais assiste-se “a uma forte estereotipização do produto informativo que incide nalgumas instâncias centralizadas de funcionamento do campo político.” (p.158-159)



Azeredo Lopes, ao analisar o caso específico da imprensa, também ressalva a importância dos meios regionais no panorama geral:

“A imprensa regional, pude comprová-lo se dúvidas tivesse, desempenha um papel notável de reforço de um conceito rico de cidadania. Cultiva a proximidade, é útil para quem a lê, estimula ou, pelo menos, conserva, laços identitários, culturais e históricos da maior importância – e muitos exemplos concretos conheci. Acarinha o particular, numa altura em que só se prega o global. Cultiva a língua portuguesa, num plano cada vez mais raro na Imprensa em geral.” (ERC, 2010, p.18).

O jornalismo industrializado, com uma grande preocupação com a maximização das audiências, que caracteriza os meios nacionais, põe em causa a já referida função social que se espera dos meios de comunicação. E é no bom desempenho desta função que os meios de comunicação de proximidade se podem destacar, aproximando-se do público através da primazia da utilização da razão e do debate em detrimento da lógica de mercado.

Segundo Camponez (2002) “O mercado de proximidade, à medida que a concorrência entre os grandes títulos nacionais se acentua, surge como uma alternativa, num contexto mediático cada vez mais exigente em termos financeiros e onde só os grandes parecem ter lugar” (p. 115).

A utilização inteligente dos meios de difusão por parte do jornalismo de proximidade é outro dos desafios que este encontra.

As televisões de proximidade, como é o caso do Porto Canal, só estão disponíveis através de serviços de televisão por subscrição. Isto, caso não seja contornado, torna-se uma forte limitação na difusão dos conteúdos, uma vez que implica sempre um investimento financeiro por parte do recetor. É aqui que a internet ocupa um importante papel, surgindo como uma alternativa às televisões por subscrição e aumentando o alcance da informação.

Com a consciência de que a forma como os conteúdos chegam às pessoas influenciam o sucesso dos meios que os veiculam, e que, atualmente, a maior parte da informação está à distância de um simples clique, cabe aos meios de proximidade serem capazes de aproveitar o poder das novas tecnologias como instrumentos de divulgação.

Pedro Jerónimo (2013) em *Ciberjornalismo de Proximidade*, analisa a relação que os meios regionais e locais estabelecem com as novas tecnologias, concluindo que com a internet “acontecimentos que começaram por ser de interesse local, rapidamente transpuseram as fronteiras geográficas ou o âmbito comunitário a que se referiam”. (p.474)

A utilização da Internet como meio de difusão permite, ao ultrapassar as fronteiras já referidas, chegar àqueles que, apesar da distância a que se encontram, continuam vinculados à região sobre o qual o meio atua. Referimo-nos, claro, à comunidade emigrante.

Os meios de comunicação de proximidade, ao fazerem o uso adequado da Internet como instrumento de difusão, conseguem manter o elo cultural entre as gentes da mesma comunidade, independentemente da distância que os separa:

“A comunicação social regional e local estabelece-se numa comunidade, rural ou urbana, porque se desenvolve entre pessoas em interação próxima, aglutinadas em grupos familiares, que partilham valores, modos de vida, interesses e língua comuns, ou seja, partilham uma cultura comum, e têm raízes na mesma terra. A comunidade de que aqui se fala é telúrica. O seu referente é a terra, o território, mesmo quando as pessoas dele se afastam fisicamente, como acontece quando surgem fenómenos de migração e emigração.” (Sousa, 2002, p.4)

A comunidade emigrante surge, também, como um público importante a considerar devido ao sentimento de pertença que esta demonstra para com a região, procurando todas as informações disponíveis sobre ela.

No caso das televisões de proximidade, faz todo o sentido a criação de *sítes* onde estejam disponíveis os conteúdos elaborados pelo canal, oferecendo a essa comunidade a possibilidade de ver os locais que lhes são próximos e estarem informados sobre tudo o que se passa na região, encurtando, assim, a distância que os separa.

Essa comunidade retribui com o reconhecimento do trabalho desenvolvido pelo meio de comunicação, levando o seu nome além fronteiras, contribuindo para a sua expansão.

Todos os desafios enumerados procuram ser ultrapassados pelos meios de proximidade, nomeadamente a televisão. No entanto, a tarefa nem sempre é fácil devido aos fortes entraves que restringem o cumprimento dos mesmos.

Um dos traços do jornalismo pré-industrial que se identifica nos meios de proximidade, é a “forte relação entre as elites locais e os *media*” (Correia, 1998, p.158). Esta relação pode-se tornar um limite ao exercício da profissão, uma vez que aquilo que as elites locais pretendem, ao criar cumplicidades com os meios de comunicação de proximidade, é reforçar o poder. Assim, “controlar a opinião pública é mais simples e direto no local porque é mais fácil, também, controlar a comunicação social” (Coelho, 2005, p.164).

Pedro Coelho (2005) fala de uma “relação clientelar” entre as elites e os meios locais, como um dos grandes entraves ao seu desenvolvimento:

“O clientelismo favorecido por essa relação de privilégio entre meios de comunicação social e a elite do poder, mas com feitos diretos na maioria dos atores sociais, é, aliás, um dos grandes obstáculos à progressão social e económica das pequenas comunidades portuguesas (...) A relação clientelar é suportada, e legitimada, pelos meios de comunicação social locais, no sentido em que estes, em troca de alguns apoios financeiros, normalmente disfarçados,

estabelecem com os eleitos locais uma relação de cumplicidade que os impele a valorizarem o discurso do poder em detrimento do discurso da oposição.” (p.164-165)

Essa forte dependência dos meios para com as elites, resulta da necessidade de apoio financeiro. Isto é, num meio onde a publicidade é escassa, são aproveitadas todas as formas de conseguir algum financiamento, mesmo que isso implique limitações ao exercício da profissão, tratando-se da sobrevivência do meio: “Em mercados pobres, como a maior parte dos mercados regionais portugueses, afrontar os escassos anunciantes, sejam eles empresas da região, associações, organismos do Estado, ou autarquias que participam no processo através da publicidade institucional, é assumir o fim da publicação.” (Coelho, 2005, p.160)

Assim sendo, é necessário tentar perceber como se conseguirá desenvolver a função social, num meio marcado pela dependência por fatores económicos e aproximação ao poder político, colocando em causa o correto exercício da profissão do jornalista, pautado pelo princípio básico da isenção.

Para desempenhar adequadamente a função social, os meios devem ser capazes de promover a discussão, dando primazia ao uso da razão e diversidade de opiniões. No entanto, segundo Coelho (2007), quando pensamos nos meios de comunicação locais e regionais isto não se verifica, assistindo-se a um “falso consenso” e a uma “proximidade demasiado próxima”, em nome da sobrevivência do próprio meio.

Porém, para o autor de a *TV de Proximidade*, existe uma forma de ultrapassar estas dificuldades, desenvolvendo, para isso, um “modelo alternativo: a televisão de proximidade”. Esta pretende “não transmitir a ideia da proximidade demasiado próxima, ser capaz de dar voz a todos os implicados nos acontecimentos, de maneira a gerar o conflito”, e os seus profissionais têm de “querer fazer progredir a comunidade, mas sem perderem o distanciamento crítico que os coloca no papel de mediadores do espaço público e os transforma em agentes formadores da opinião pública crítica e esclarecida” (Coelho, 2007, p.320-321).

Em suma, o jornalismo de proximidade encontra, na falta de financiamento, um entrave ao bom desempenho da profissão e sobreviver a tudo aquilo que a

proximidade oferece torna-se um importante desafio para o jornalista. Este tem que ser capaz de cumprir o pacto de proximidade – promover o desenvolvimento da região – sem nunca esquecer os princípios éticos e deontológicos que regem a profissão:

“Os meios de comunicação social de proximidade devem assumir o papel de auxiliares na formação da opinião pública local, envolvendo-se, diretamente, nos temas, porque a isso o pacto de proximidade os obriga, mas sem que esse envolvimento signifique o entrincheiramento do jornalista e do jornalismo à volta de uma causa. Ao jornalista deve ser garantido um grau de independência que lhe permita questionar as elites que representam o poder quando estas têm de ser questionadas, abrindo espaço à tensão e ao conflito, ouvindo os detentores de opiniões que contrariam esse “consenso” imposto pelo topo de forma totalitária”. (Coelho, 2005, p.168)

## Capítulo II – A Televisão como Meio de Informação Regional

### 2.1 O Poder da Televisão

Apesar da televisão em Portugal surgir muito mais tarde, em 1956, como já foi referido anteriormente, esta conta com um longo percurso. Globalmente, um dos principais passos foi dado pela BBC, a 2 de Novembro de 1936, ao tornar sistemática a emissão de imagens em movimento à distância.

No entanto, numa altura em que o meio se começava a desenvolver, o que necessitava de muito investimento, de modo a permitir os avanços tecnológicos que um meio de comunicação deste género exige, surgiam conflitos que acabaram por travar essa evolução. Na realidade, só após a segunda guerra mundial é que foi possível voltar a pensar no desenvolvimento de um meio alternativo aos já existentes, tendo a rádio desempenhado um forte papel durante este período.

O mesmo se verificou em Portugal, onde além dos atrasos internacionais provocados pela guerra, se assistiu a uma resistência, por parte do regime ditatorial Salazarista, em reconhecer o meio.

Percebem-se, facilmente, as dificuldades que a televisão teve em implementar-se numa sociedade que vivia preocupada com situações tão graves como os conflitos militares que caracterizam o século XX. Porém, apesar de no início ter sido difícil o seu desenvolvimento, quando esta começou a ser utilizada de forma recorrente, rapidamente se percebeu o potencial que detinha, o verdadeiro poder da televisão.

Inicialmente, existiu a necessidade de fazer comparações de forma a perceber o que este meio podia trazer de novo e as conclusões sustentam o determinante papel que a televisão assume nos dias de hoje: “se acontece que um tema - uma questão, um debate - seja lançado pelos jornalistas da imprensa escrita, só se torna determinante, central, quando é retomado, orquestrado pela televisão”. (Bourdieu, 2005, p.53)

Coelho (2005), comparando a televisão com os outros *media*, conclui:

“Os jornais e as revistas especializam-se no aprofundamento dos seus conteúdos e, nalguns casos , definem públicos-alvo. A rádio perde a sua centralidade e, para sobreviver, ganha flexibilidade, adaptando-se aos ritmos do quotidiano. Essa centralidade foi plenamente assumida pela televisão”.  
(p.65)

Pelas características semelhantes de ambos os meios, a televisão e a rádio são os que mais se aproximam, sendo a rádio uma grande influência para o surgimento da televisão. Para Godinho (2011) essa influência verificou-se de duas maneiras:

“Aumentou e potenciou a tensão de ver, responsável por uma febril explosão de imagens nos jornais, nas revistas, no cinema, o que aumentou ainda mais o desejo da televisão e definiu, a priori, o território geográfico de alcance e difusão das imagens televisivas, marcando também os estilos, os géneros e os formatos que a televisão viria a desenvolver.” (p.33)

O valor da imagem torna-se, assim, na grande inovação que atribui o poder à televisão. Para Mc Luhan “o ouvido é intolerante, fechado e exclusivo, enquanto o olho é aberto, neutral e associativo” (as cited in Godinho 2011, p.32). Pierre Boudieu (2005) defende que “a imagem tem a particularidade de poder produzir aquilo a que os críticos literários chamam o *efeito do real*, de poder fazer ver e fazer crer no que se faz ver” (p.14).

Com o surgimento da televisão, assiste-se a uma mudança na relação que o público estabelece com o meio. Deixa-se de ter um meio que apela à utilização de um só sentido e passa-se a ter algo que nos dá simultaneamente som e imagem. Não estamos perante um leitor que quando acede à imprensa necessita de estar concentrado na leitura de algo para perceber o que se passa, ou um ouvinte que necessita de centrar as suas atenções no som que lhe chega via rádio, mas perante um

telespectador que pode estar a desempenhar várias tarefas e, ao mesmo tempo, receber a informação passada pela televisão, através da escrita, som e imagem.

Apesar de atualmente se assistir a um individualismo, muito provocado pelo número de aparelhos por habitação, na recepção de conteúdos televisivos, inicialmente, a televisão surgiu como um meio familiar. Esta era a grande responsável por promover o divertimento e transmitir informação, ao mesmo tempo que provocava a união da família em torno da mesma. Coelho (2005) vê a televisão como “um foco de aproximação da família, contribuindo, através dos conteúdos que transmite, para quebrar barreiras e generalizar a boa disposição a todos os membros” (p.68).

Analisar a audiência e o seu papel na recepção de conteúdos, quando se aborda a televisão, é algo fundamental, pois “O público televisivo é ao mesmo tempo o mistério e o segredo eterno da televisão” (Wolton, 1994, p. 48).

A interpretação da audiência muda consoante o tipo de televisão investigada. Coelho (2005) ao analisar esta questão, defende que as televisões comerciais veem o público como consumidores, e o papel dos seus programadores consiste em “fazer com que determinado produto conquiste a maior audiência possível, porque quando maior for a audiência, maior a receita publicitária” (p.69). Nas estações de serviço público, a preocupação deverá ser “pensar no telespectador-cidadão, que necessita de ser informado, educado e receber, também, momentos salutareos de entretenimento” (p.72). Não obstante, isto não invalida que não se preocupem com as audiências, mas essa não deve ser a regra que rege o serviço público.

O autor oferece uma definição mais aprofundada de serviço público, que demonstra o seu afastamento dos valores comerciais:

“A televisão de serviço público é aquela que pode preservar um maior grau de autonomia e de independência, uma vez que não tem de submeter a sua programação a critérios puramente comerciais não necessitando, por isso mesmo, de orientar a grelha em função da maximização das audiências (...)



esta existe para servir os cidadãos, contribuindo para a formação da sua cidadania.” (p.105)

Deste modo, é possível perceber a importância que o serviço público tem na transmissão de informação por um meio que detém o grande poder analisado. Associar o poder da televisão a algo que coloca os interesses dos cidadãos em primeiro lugar, onde a informação se rege por princípios éticos e não por valores de mercado, pode ser visto como um grande fator de desenvolvimento de um país.

A vertente social que a televisão pode assumir é outra das características que demonstra a sua importância na sociedade. O facto de esta mostrar aquilo que quer contar diminui a distância a que determinado acontecimento decorre, elimina fronteiras e faz-nos viver a situação descrita.

Se fizermos um exercício e pensarmos em casos marcantes da história, como é o caso do 11 de Setembro, dificilmente nos lembramos daquilo que os jornalistas disseram quando noticiaram o ataque ao *World Trade Center*, também não nos recordamos das manchetes do dia seguinte, mas acreditamos que todos têm na memória a imagem dos aviões a embater nas Torres Gémeas. Esta imagem é plenamente demonstrativa do poder da televisão na criação de um vínculo social, ou seja, independentemente da distância que separava as pessoas do acontecimento, todas se sentiam parte daquela situação.

O papel social que as televisões generalistas têm assumido nos últimos anos é analisado por Coelho (2005), que considera que:

“ A televisão generalista serviu para reforçar o espírito de comunidade e de identidade nacional, para promover o debate e a discussão e à volta dos conteúdos que transmite e - por aproximar os receptores de realidades distantes transformando-se numa janela aberta ao mundo- dotou os cidadãos de instrumentos fundamentais para o seu processo de autodesenvolvimento.

Promovendo o desenvolvimento intelectual e humano do indivíduo, a televisão contribuiu, decisivamente, para a imposição ao mundo de uma sociedade aberta, mais democrática e mais livre”. (p.99)

No geral, a televisão assume-se como um meio de comunicação cujas características lhe conferem um poder peculiar sobretudo porque é um meio de fácil acesso, que aproxima o público dos acontecimentos e que prima pela utilização da imagem como arma de difusão.

## **2.2 A Informação Televisiva de Proximidade**

A televisão de proximidade surge como um modelo alternativo, onde a relação com o público se baseia num pacto comunicacional com características específicas – Pacto de Proximidade. Aqui não há lugar para a “proximidade demasiado próxima” ou para o “falso consenso”, abordados anteriormente, e deve ser garantido o cumprimento da função social, ouvindo as várias opiniões e promovendo o debate. Ou seja, esta deve ser responsável por veicular conteúdos que reflitam o uso da razão.

Só assim este meio se conseguirá distinguir dos restantes e garantir aquilo que deve ser o seu grande objetivo: o desenvolvimento da região. Coelho(2005) reforça a ideia ao considerar que :

“A televisão de proximidade, enquanto elo de ligação entre os elementos de determinada comunidade, enquanto montra dessa comunidade para dentro e para fora das suas fronteiras, enquanto instrumento de fortalecimento da identidade, enquanto potenciador da atividade económica local, enquanto palco da discussão e debate dos problemas que afectam o território, tendo em vista encontrar soluções que potenciem o seu desenvolvimento, pode ser um dos motores de progresso.” (p.204)

A análise anterior sobre o conceito de proximidade e o poder da televisão, permitiram-nos perceber as grandes vantagens de colocar ao serviço de uma comunidade um meio de comunicação tão influente. Para Rebelo (2010) “nenhum outro meio poderá, eventualmente, assumir-se como tão poderoso mobilizador dos espaços públicos regionais, no robustecimento da cidadania e comunhão na região/local.”

Quanto à importância da informação de proximidade num mundo marcado pela globalização e pelos conteúdos generalistas, Paulo Couto, em entrevista ao Diário de Notícias, sintetiza: “é preciso que alguém vá ao fim da rua já que as televisões convencionais vão ao fim do mundo” (Couto, 2006).

Na verdade, a informação ocupa grande parte da grelha dos canais de proximidade. Isto, segundo Coelho (2005), deve-se ao facto de a informação “responder ao que se pretende de uma cadeia de proximidade” e os conteúdos deste género desempenharem funções determinantes:

“Os programas informativos dão a conhecer à comunidade o que nela se passa, dotam os cidadãos de elementos que lhes permitem questionar o seu próprio desenvolvimento, permitem o debate aberto sobre os problemas que afetam essa comunidade, colocam cara a cara o cidadão com aqueles que o governam, permitindo-lhe participar no processo político que antecede a tomada de decisão ou questionar essas decisões quando elas são no ponto de vista do cidadão, erradamente tomadas” (p.184).

No que respeita à história das televisões regionais em Portugal, esta contrasta com o verificado na restante Europa. Ao contrário do que se regista em diversos países europeus, como são exemplo a Espanha, Itália ou Bélgica, em Portugal o primórdio das televisões regionais data de há, apenas, três décadas atrás.

Segundo Coelho (2005), existem várias razões que podemos atribuir ao aparecimento desta televisão, que se pretende distinguir do meio convencional através da relação que estabelece com a audiência. A nível social e cultural, estas televisões pretendiam reforçar traços identitários de uma região, como é o caso da língua:

“As televisões surgiram primeiro em regiões marcadas por uma homogeneidade cultural e linguística, assumindo-se como um instrumento de difusão linguística e transformando-se no veículo que permitiu a recuperação e o consequente desenvolvimento de línguas próprias que, de outra forma, poderiam perder-se.” (Coelho, 2005, p.173)

Politicamente, a introdução das televisões regionais era bem vista tanto pela comunidade, como pelo Estado. A comunidade tinha “vontade de maior autonomia da região face ao Estado central”. Por sua vez, o Estado “manifestava a necessidade de avançar para processos políticos de descentralização, abrindo a porta à criação de televisões regionais a partir do serviço público, em desdobramento de emissão ou em canais autónomos.” Além das razões sociais, culturais e políticas é preciso ter em conta as de ordem económica. Embora o Estado fosse o principal impulsionador, “a força dos mercados regionais favoreceu a entrada de grupos privados no sector”. (Coelho, 2005, p.173)

Um dos países que mais recorreu às televisões regionais foi, sem dúvida, Espanha. A Constituição de 1978, após um longo período do regime franquista, prevê a descentralização política, surgindo 17 comunidades autónomas a quem são reconhecidas a autonomia linguística e cultural. A televisão regional aparece neste contexto, de maneira a reforçar a identidade de cada comunidade, fazendo prevalecer a própria língua e cultura.

Em Itália, as primeiras televisões locais surgiram na década de 70, mas em 1976, com a liberalização legal, assistiu-se à sua proliferação. O surgimento e expansão do meio deveu-se, por um lado, “à vontade das pessoas em romperem o monopólio da RAI”, por outro, “ao interesse manifestado pelas forças políticas no sector, cujos agentes locais viram na televisão uma nova área de influência e pressão” (Coelho, 2005, p. 180).

O crescimento das televisões regionais na Bélgica resultou de projetos sólidos e teve como base um bom suporte legal. Neste país, embora seja feita a distinção entre as várias televisões, a nível comercial, sendo, segundo Coelho (2005), as televisões do

norte “mais dependentes do mercado publicitário para sobreviverem” do que as do Sul, ambas primam por colocar “a missão social acima do lucro” e não ambicionam tornar-se um “projeto lucrativo”. (p.182).

Observando estes três casos com base nos princípios anteriormente abordados, Coelho (2005) defende que só na Bélgica se pratica a televisão de proximidade:

“ As televisões locais espanholas e italianas, são inspirações do mercado e nem uma nem outras parecem dispostas a cumprir a função social, antes servem interesses particulares que elegem o lucro, ou a simples projeção social na comunidade dos agentes desses interesses, com vista a alcançarem propósitos políticos, como os objetivos centrais.” (p182)

Pelo contrário, no que respeita à realidade belga, o autor defende que aqui “o Estado parece ter compreendido a função social destas televisões de proximidade”. (p.182)

Analisando, agora, o aparecimento das televisões regionais em Portugal, é importante ter em conta que estas surgiram mais tarde do que na restante Europa, que tiveram como fator impulsionador o surgimento da transmissão por cabo e que durante muitos anos atuaram sem qualquer base legal, o que terá sido determinante para acentuar a fragilidade do meio.

Segundo Coelho (2005) podem ser atribuídas duas razões que provocaram o atraso no surgimento de televisões regionais em Portugal: “por um lado, o elevado défice da RTP, que desincentiva o Estado de investir na televisão regional; por outro, a fragilidade dos mercados regionais que impede a recuperação económica do investimento, afastando do sector igualmente os privados.” (p.172)

O surgimento da transmissão por cabo veio alterar as condições de difusão de que os meios regionais disponham. Devido à sua elevada importância, estas televisões devem ser analisadas antes e depois do aparecimento deste fenómeno, que em Portugal data de 1994.

Inicialmente, a história das televisões regionais portuguesas é marcada pelo aparecimento de canais pirata. Tal como aconteceu com a Rádio, as populações começaram a perceber o impacto da televisão e quiseram colocar o meio ao serviço da comunidade. Segundo Cádima “Múltiplas são as razões da emergência desses diferentes projetos a partir sensivelmente dos anos 80 – comerciais, institucionais, de descentralização dos mastodontes publico-partidários, etc. Dir-se-ia que são sobretudo as razões políticas que predominam” (1999, p. 17).

Loures, Sintra, Guimarães, Porto e Coimbra foram algumas das cidades, onde se verificou o aparecimento destes canais, que, para Mota (2005), foram “projetos voluntariosos e persistentes, que em alguns casos tiveram um impacto significativo nas populações a que se dirigiam, inclusive com o apoio tácito dos políticos locais” (p.120).

Embora estes canais tenham desempenhado um papel importante na história da televisão regional/local, não passaram de experiências que terminaram demasiado cedo. As dificuldades económicas e a falta de legislação poderão ser apontadas como as principais razões deste desfecho.

Assim sendo, os primeiros canais de carácter regional que podemos identificar estiveram a cargo do serviço público e resultam do processo de descentralização da televisão – RTP Açores e RTP Madeira. Também no resto da Europa o serviço público foi o responsável pela criação dos primeiros canais regionais, no entanto houve uma diferente evolução:

“Enquanto no nosso país, não se passou desta primeira fase de descentralização da televisão, no resto da Europa os canais continuaram a surgir fora deste modelo, institucionalizados em regiões com fortes traços identitários, por iniciativa municipal ou a reboque da entrada dos privados na cena audiovisual” (Mota, 2005, p.118).

Com o aparecimento da televisão por cabo reuniram-se as condições que se pensavam ser as ideais para a proliferação de canais regionais. No entanto, este processo fez-se com algumas dificuldades.

Os primeiros canais de âmbito regional que surgiram no cabo - Canal de Notícias de Lisboa (CNL) e Norte TV (NTV) – “não obedeceram a pulsões regionais ou a iniciativas comunitárias: foram, um e outro, participados pelo maior grupo de telecomunicações nacional, a Portugal Telecom, dona da totalidade da Tv Cabo” (Mota, 2005, p.120).

O CNL teve a sua primeira emissão a 15 de setembro de 1999 e dirigia-se à população de Lisboa, porém a sua história enquanto canal regional foi curta. Passado pouco mais de um ano, o canal é comprado pela Impresa, grupo que detém a SIC, e dá origem ao primeiro canal de notícias português: Sic Notícias.

Criada a pensar no público do Porto, e participada a 25% pela RTP, a NTV arranca as emissões a 15 de Outubro de 2001. No entanto, desde cedo começou a apresentar muitas fragilidades: “entre mudanças de diretores, dificuldades financeiras, interrupções e retomas de emissões, instabilidade e angústia interna, acabou por ser adquirido na totalidade pela estação concessionária de serviço público” (Mota, 2005, p. 120-121).

A NTV deu lugar, a 31 de maio de 2004, à RTPN, que, com o passar do tempo, foi perdendo a componente regional, tornando-se cada vez mais num canal de notícias de cobertura nacional, acabando a 19 de setembro de 2011 por passar a ser denominada de RTP Informação. Em 2015, este canal voltou a alterar a sua designação seguindo a ordem numérica dos canais RTP, passando, desta forma, a chamar-se RTP3.

Com a extinção destes dois canais, assistiu-se a um período de vazio no que respeita à televisão de proximidade. Só em 2006 é que se volta a ouvir falar de televisões regionais, com a criação da Invicta TV e do Porto Canal.

A Invicta TV passou por vários processos que se traduziram na alteração dos formatos e designação do canal. Em 2007, foi adquirida pela TvTel e passou a chamar-se Região Norte Televisão (RNTV). Para o então administrador da TvTel, tratava-se de “um canal especificamente de informação com cobertura regional e com a principal missão de dar voz à região Norte”. (JPN, 17 de Dezembro de 2007). Em 2008, o canal



voltou a sofrer alterações e passou a cobrir também as regiões centro e sul do país, com o slogan “Portugal por Inteiro” nasceu a atual Regiões TV (RTV).

O Porto Canal, órgão sobre o qual será realizado o estudo de caso para a presente investigação, nasce a 29 de Setembro de 2006. Apesar de, ao longo dos tempos, terem sido verificadas algumas alterações à sua criação inicial, nomeadamente a pareceria estabelecida com o FC Porto e a abertura de várias delegações, que permitiram uma melhor cobertura de toda a região Norte, é indiscutível e evidente que este canal continua a desempenhar uma função de proximidade com a comunidade do Norte.

Esta análise permitiu-nos perceber que a criação de televisões regionais/locais foi um processo que teve de combater importantes entraves. Por um lado, a dificuldade na imposição do meio muito teve a ver com a falta de financiamento. Por outro lado, durante muitos anos o país não teve uma base legal que legitimasse a criação de órgãos de televisão de cariz regional.

A forma de financiamento de um meio regional deriva, normalmente, de subsídios públicos, da publicidade que conseguem trazer para o meio ou de investimento de privados. Mota (2005, p.116) dá o exemplo de uma realidade que conseguiu financiamento de uma forma diferente, o caso do País de Gales, onde as taxas sobre as receitas publicitárias dos outros operadores são usadas para financiar os canais regionais.

Quanto à falta de legislação, e apesar dos canais regionais terem tido que conviver com esta dificuldade durante mais de duas décadas, salienta-se o interesse e as tentativas de reverter este cenário por parte dos interessados na evolução dos meios regionais. Em 1995, foram criados dois movimentos – “Movimento para a Legalização das Televisões Regionais” e “Comissão de Reflexão para o Futuro da Televisão” - que serviram para fomentar a discussão sobre a necessidade de criação de leis que regessem os canais locais, contudo, não se verificaram quaisquer alterações. Tal só viria a acontecer com a aprovação da Lei da Televisão, em 2007, onde surgem pela primeira vez regulamentadas as televisões regionais.

Assim sendo, é possível concluir que a história dos meios regionais e locais é marcada por várias dificuldades que limitaram o desenvolvimento dos mesmos, levando em muitos casos ao seu encerramento.

O Porto Canal surge, neste contexto, como um exemplo de um órgão que conseguiu superar esses obstáculos, continuando a afirmar-se, atualmente, como um meio de proximidade. A ideia surge reforçada na notícia lançada pelo canal, a 18 de dezembro de 2015, onde apresenta, para 2016, o surgimento de “um Porto Canal renovado, mais forte e mais próximo”, mantendo a filosofia “de canal generalista, informativo, formativo, de entretenimento e serviço público, focado no Mundo que é o território”.

## **2.3 Critérios de noticiabilidade nas televisões regionais**

Atualmente, a informação propaga-se a um ritmo alucinante. Mais do que nunca, existe uma facilidade enorme em encontrar factos que possam ser relatados e traduzidos em conteúdos informativos. Porém, será que todos eles terão a mesma capacidade para ser considerados notícia?

Se, em 1965, Galtung e Ruge sentiram a necessidade de criar o conceito de “critérios de noticiabilidade”, de forma a explicar que existem fatores que determinam se a informação contém a relevância necessária para ser notícia, numa época em que dispomos de uma quantidade infindável de informação à distância de um simples clique, consideramos ainda mais pertinente analisar os critérios aos quais a informação deve obedecer para ser considerada válida como elemento noticioso.

Como ponto de partida considera-se pertinente analisar o conceito de noticiabilidade. Para Mauro Wolf (2006) este traduz-se no “conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de entre um número previsível e indefinido de factos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias.” (p.190). Esses critérios, segundo Traquina (2002), “são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou um assunto, são suscetíveis de se tornar notícia” (p.173).

Ou seja, os valores-notícia podem ser vistos como uma linha orientadora que determina o sucesso do produto jornalístico, uma vez que os profissionais sabem, à partida, os critérios a que aquilo que produzem têm que obedecer de forma a obter uma boa audiência.

No que respeita aos critérios de noticiabilidade, são vários os autores que se têm debruçado sobre esta temática. Apesar de cada um oferecer designações diferentes, ou até mesmo agrupamentos distintos, em traços gerais existem muitas semelhanças. A primeira investigação decorreu entre 1965 e 1993 e foi realizada por Galtung e Ruge. Daqui resultaram a definição de doze valores-notícia: frequência; amplitude do evento; clareza; significância; consonância; inesperado; continuidade; composição; a

referência a nações de elite; a referência a pessoas de elite; personalização e negatividade.

Nelson Traquina (2002) teve um contributo importante para o desenvolvimento da temática, ao fazer um agrupamento dos valores-notícia consoante a fase do processo de produção dos conteúdos. Segundo o autor, existem valores de seleção – que podem ser substantivos ou contextuais - e valores de construção (p.187-201).

Esta divisão dos critérios de noticiabilidade também é defendida por Mauro Wolf (2006). O autor realça o facto de os valores-notícia estarem interligados, considerando que estes “funcionam, na prática, de uma forma complementar”, e poderem ser apresentados como “critérios de relevância espalhados ao longo de todo o processo de produção” (p.196). Para além disso, Mauro Wolf oferece uma visão distinta ao dividir os critérios de noticiabilidade em categorias: critérios substantivos; critérios relativos ao produto; critérios relativos ao meio de comunicação; critérios relativos ao público e critérios relativos à concorrência.

Fazendo uma análise dos valores-notícia identificados pelos vários autores, partilhamos da opinião que o contexto em que a notícia é produzida exerce uma forte influência sobre como se percebe determinado critério. Deste modo, no caso do jornalismo praticado nas televisões de proximidade destacamos a imagem/visualidade; personalização; disponibilidade e a proximidade como os critérios fundamentais que guiam o jornalista durante todo o processo noticioso.

No que respeita à imagem, Mauro Wolf (2006) inclui este critério dentro dos “relativos ao meio de comunicação”, e defende que “a avaliação da noticiabilidade de um acontecimento diz também respeito à possibilidade de ele fornecer «bom» material visual, ou seja (...) imagens que sejam também significativas, que ilustrem os aspectos salientes do acontecimento noticiado” (p.210). Traquina (2002), embora o designe de forma diferente – visualidade - atribui o mesmo sentido a este critério, considerando-o um critério contextual dentro dos valores-notícia de seleção. Para o autor, no jornalismo televisivo “este é um fator de noticiabilidade fundamental” (p.196).

Como já foi referido anteriormente, o valor da imagem é tão elevado que pode ser considerado um dos fatores mais importantes para determinar o poder da televisão. Quando pensamos na informação difundida por este meio, sem retirar a importância

do texto na construção da peça jornalística, a imagem surge, assim, como o elemento fundamental. Prova disto é a importância dada ao repórter de imagem, aquele que se espera que seja capaz de captar uma imagem que ilustre na perfeição a mensagem que se pretende transmitir.

A personalização é para Traquina (2002) um importante valor-notícia de construção, pois “quanto mais personalizado é o acontecimento mais possibilidades tem a notícia de ser notada”, e por personalizar entende-se “valorizar as pessoas envolvidas no acontecimento” (p.199), isto é, um critério que se baseia da ideia da identificação com alguém. Assim sendo, pensando numa maneira de fazer jornalismo que valoriza a criação de laços sociais, faz todo o sentido o recurso a elementos capazes de criar a identificação do público com o produto.

Outro valor notícia que julgamos fundamental no contexto estudado é a disponibilidade. Segundo Traquina(2002), trata-se de um critério de seleção que pode ser visto como “a facilidade com que é possível fazer a cobertura do acontecimento”. Aqui, pretende-se perceber “quais são os meios que a cobertura jornalística exige, bem como o dispêndio requerido, questionando implicitamente se o valor-notícia desse acontecimento justifica esse dispêndio, dados os recursos limitados das empresas jornalísticas” (p.196). Para Wolf (2006) este pertence aos critérios relativos ao produto e tem uma definição semelhante à apresentada por Traquina.

No caso dos meios de comunicação em estudo, que pelas dificuldades de financiamento têm uma preocupação acrescida com o investimento, pensando sempre no retorno que daí poderá resultar, realçamos o critério da disponibilidade como bastante pertinente.

No contexto em análise, acreditamos que o principal valor-notícia a ter em conta pelos profissionais de comunicação, e defendido por vários autores, é a proximidade. Ao longo da presente investigação, tem sido abordado o jornalismo de proximidade e a informação aí difundida, sempre com a ideia presente de que esta não é simplesmente geográfica, envolvendo outras vertentes. Quando pensamos na proximidade como critério de noticiabilidade, isto também se aplica.

Apesar de destacar estes critérios como de maior relevância para a construção de conteúdos noticiosos por parte dos meios de proximidade, outros existem que devem

estar presentes em toda a informação, independentemente da dimensão dos meios que a transmitem, para que a notícia consiga cumprir os seus objetivos: clareza; atualidade; magnitude e negatividade.

Os critérios de noticiabilidade apresentam-se, assim, como um guia que o jornalista segue de maneira a garantir que o produto que realiza será do agrado daqueles que o “consomem”, tendo em conta o público a quem se dirige. No entanto, isso é utilizado de forma inconsciente, acabando sempre por estar interligado com a subjetividade do jornalista.

## Capítulo III – Reportagem

### 3.1 Géneros Televisivos

O exercício do jornalismo, independentemente do meio utilizado para o efeito, consiste na elaboração de géneros jornalísticos. Estes podem seguir várias orientações: factuais, opinativas ou interpretativas.

Pensando no conceito de género, de modo a facilitar a compreensão dos mesmos, considera-se interessante a visão oferecida por Fowler. O autor atribui a sua origem à história da literatura, definindo-o como “um conjunto de textos com semelhanças formais e estilísticas relacionadas com determinadas situações comuns de comunicação”, que utiliza na sua construção “determinadas estratégias textuais que orientam os leitores, criando-lhes um “horizonte de expectativas” relativamente a determinadas formas discursivas” (as cited in Caleiro, 2005, p. 285-286).

Também José Marques de Melo tem investigado esta temática, considerando que género é:

“um conjunto das circunstâncias que determinam o relato que a instituição jornalística difunde para o seu público. Um relato que, pela dinâmica própria do jornalismo, se vincula às especificidades regionais, mas incorpora contribuições dos intercâmbios transnacionais e interculturais. É a articulação que existe do ponto de vista processual entre os acontecimentos (real), sua expressão jornalística (relato) e a apreensão pela coletividade (leitura).” (Melo as cited in Coutinho, R., Gonçalves, D. & Nascimento, 2015, p. 5)

Quanto aos géneros jornalísticos existentes, estes têm uma longa história, marcada por diversas transformações, e a sua predominância varia consoante o meio em que é produzido. Nesse sentido, e consciente da existência de muitos outros géneros que

não serão nomeados nesta investigação, considera-se que em informação televisiva existem três géneros dominantes: a notícia; a entrevista e a reportagem.

A notícia acompanha o nosso quotidiano desde há muito tempo e podemos dizer que é o género mais facilmente associado ao jornalismo. De uma forma simples, esta consiste em dar a conhecer ao mundo, um determinado facto que, baseado nos critérios de noticiabilidade anteriormente referidos, seja dotado de interesse público.

Jacinto Godinho (2011) após uma análise sobre esta técnica de informação, defende que a notícia se trata de “uma das matrizes modernas mais eficazes, a inscrever a atualidade na experiência do sujeito e do mundo” (p.56) e oferece uma conclusão, onde lhe atribui uma definição mais complexa:

“a noticia é algo que ultrapassa, em muito, o simples campo jornalístico como uma mera e simplista forma de narrar a atualidade. A notícia, como forma simples, dualista, de decidir a atualidade, num rápido diagrama de “predicados”, é mais do que um discurso, é uma matriz de articulação da atualidade, crescentemente dominante” (p.61)

As regras a que os jornalistas devem obedecer aquando a sua elaboração são, em parte, influenciadas pelo meio para o qual é produzida. Ou seja, embora exista uma estrutura que deve ser respeitada, como é o caso da apresentação de um *lead* noticioso, há fatores intrínsecos ao meio que condicionam a sua produção.

No caso do jornalismo televisivo a utilização da imagem torna-se o agente distintivo. O jornalista mostra aquilo que conta e oferece uma experiência completamente distinta àqueles a quem se dirige: “Na posição de experiência do sujeito-espectador a notícia será uma forma fácil de organização e de mapeamento do mundo a que se assiste “à distância”. O mundo que, assim, fica claro, simples, facilmente assimilável.” (Godinho, 2011, p.62)

Esta forma de mostrar o mundo, pela proporção que a disposição mediática atinge, faz com que os sujeitos envolvidos tenham igual facilidade de fornecer uma boa



imagem e retirar partido disso, como de obter um retorno negativo, dependendo da situação envolvente.

Godinho (2011) exemplificando pela positiva a imagem passada por Barack Obama em contraste com a negativa atribuída aos envolvidos no caso Casa Pia, conclui que “os tempos da memória são, agora, sincréticos, curtos, intensos como a notícia.” (p.62)

A entrevista apresenta-se como um género que se baseia numa conversa, regida por regras próprias, onde o jornalista ocupa o papel de entrevistador e deve ser capaz de conduzir o diálogo com o indivíduo, que tem aqui a oportunidade de exprimir a sua opinião – entrevistado. O jornalista tem, ainda, o papel acrescido de ir ao encontro daquilo que pensa ser o que o público gostaria de ver respondido.

Para Capucho (2004) “a entrevista televisiva inscreve-se num ritual sociolinguístico particular, constituído por um género discursivo específico, o diálogo, caracterizado por uma situação de mediação: trata-se, de facto, de um diálogo encenado para destinatários que não intervêm diretamente no discurso” (p.253).

A autora apresenta uma investigação que procura mostrar como a entrevista televisiva pode ser vista como um espaço de construção de identidades. Este é, sem dúvida, um dos grandes elementos distintivos do género. Aqui é dada a abertura ao entrevistado para que conte por suas palavras, pelo seu ponto de vista, determinado facto, que possivelmente já terá sido noticiado, conseguindo ao longo do diálogo ser traçada a sua identidade:

“A entrevista televisiva constitui pois um lugar de construção das identidades pessoais e sociais. Sujeita a constrangimentos que compreendem os estatutos sociais, institucionais e discursivos pré-definidos, ela constitui, também e ao mesmo tempo, um espaço de liberdade para a construção de papéis específicos e de identidades inesperadas, no decorrer de negociações colaborativas ou conflituosas. Ela é assim um espaço onde Discurso, Sociedade e Identidade se cruzam...” (Capucho, 2004, p. 262)

A criação da identidade social ou institucional por parte do entrevistador, atribuindo um estatuto social ao entrevistado está ainda mais explícita quando estas entrevistas estão inseridas numa reportagem. Aqui, embora seja, por vezes, uma entrevista de curta duração, servindo mais como um depoimento, o entrevistado vê-se inserido no contexto onde o acontecimento ocorreu, estando a dar a cara por algo ao qual pertence.

A reportagem como género televisivo será abordada mais exhaustivamente nas seguintes secções, onde será, também, analisada a ténue barreira existente entre a notícia e a reportagem.

No entanto, importa referir o porquê da escolha deste género em detrimento dos restantes aqui enumerados. Considera-se a reportagem o meio mais completo, aquele que é capaz de aprofundar a informação difundida pela notícia e recorrer durante a sua elaboração ao outro género analisado - entrevista.

Simultaneamente, é um meio que concede ao jornalista uma maior liberdade na sua construção. O livro de estilo do jornal Público, embora interprete a reportagem num contexto diferente do aqui investigado – Imprensa – apresenta uma visão que sustenta a ideia aqui defendida, da reportagem como um género que ultrapassa o simples narrar dos acontecimentos, que leva o telespectador a viver a situação como se fizesse parte dela:

“Enquanto são os factos que estruturam a arquitetura do "lead" noticioso, são os ambientes, as emoções, o inesperado ou o insólito, significativos de uma determinada situação, que criam o clima propício para mergulhar o leitor na viagem — curta ou longa — que toda a reportagem deve ser.” (Público, 1998).

Em suma, existem diversas formas de informar, que sofrem adaptações consoante o contexto em que são produzidas. Porém, é pertinente recordar que independentemente do género utilizado para relatar um facto, todos devem ser

capazes de refletir os princípios éticos e deontológicos que regem a profissão do jornalista, nomeadamente o dever de informar com rigor e isenção.

### 3.2 Reportagem

A reportagem surge com uma forte ligação à literatura e assume-se nas décadas 20 e 30 do século XX, como um género em expansão. Contudo, a sua época gloriosa foi interrompida pela segunda grande guerra e mesmo após o seu término teve enormes dificuldades em implementar-se novamente.

Na Europa governavam regimes ditatoriais que exerciam uma forte censura sobre os meios de comunicação. Os repórteres viam, por isso, o seu papel de aquele que conta o que viu ser substituído por aquele que conta o que o governo deseja que o público saiba. Um caso mediático de censura foi a reportagem realizada, em 1936, por Mário Neves sobre o massacre de Badajoz, onde o verdadeiro sentido dos factos foi alterado, passando a informação de que a tragédia não acontecera. A verdadeira versão só viria a ser publicada depois do 25 de abril.

Foram preciso alguns anos para se voltar a dar valor à reportagem, assumindo, de novo, nos anos 60 um papel de destaque:

“O “renascimento” da reportagem acontece nos anos 60, trazido novamente pela literatura. Na década de 1960 constitui-se o New Journalism em volta de um estilo de escrita que antes fora tornado famoso por Hemingway, Truman Capote e Gabriel Garcia Márquez. Em França a televisão inicia os míticos magazines de “grande reportagem” com Cinq colonnes à la une” (Godinho, 2011, p.13)

No caso da reportagem televisiva, e no contexto português, esta surgiu com o aparecimento da RTP. Porém, com técnicas bastante distintas das que se praticam atualmente:

“Os repórteres das equipas de reportagem eram, única e exclusivamente, os operadores de câmara, os únicos que se deslocavam aos locais do acontecimento e que decidiam, com critérios cinematográficos e não jornalísticos, os planos e as sequências que iriam depois ser montadas. Só em ocasiões especiais os redatores acompanhavam os repórteres de câmara, por exemplo, em cerimónias oficiais do Estado, a transmitir em direto, ou em acontecimentos importantes no estrangeiro, onde era preciso coordenar a equipa, gerir dinheiro e não apenas fazer jornalismo ” (Godinho, 2011, p.114)

Isto fazia com que houvesse um desfasamento entre o acontecimento e aquilo que era mostrado ao público, uma vez que aqueles que presenciavam a situação não eram os que a narravam: “Os redatores muitas das vezes já tinham o texto escrito antes de o acontecimento ter lugar. Escreviam-no com base em informações de agenda ou em telefonemas prévios. Eram raras as vezes em que adequavam os textos às imagens” (Godinho, 2011, p127).

Atualmente isto já não se verifica. A reportagem dá ao jornalista o papel de destaque, é ele quem conta pelas suas palavras aquilo que viu, enriquecendo-a com o uso de texto, som ou imagens, consoante o meio para o qual é pensada.

Analisando aquilo em que consiste este género jornalístico, considera-se bastante interessante a visão de Maria Cecília Guirado, que entende a reportagem como a arte de investigação, explicando o que sustenta esta definição.

Para a autora “É da natureza da reportagem revelar a origem e o desenrolar da questão que ela retrata. Assim, de alguma forma, a reportagem responde, ou busca responder – em tese - aos interesses sociais.” No que respeita à componente artística esta deve-se “ao processo de criação, pois envolve observação, investigação e construção de texto, que, embora distante do literário, não deixa de exigir do repórter habilidades especiais para perceber, traduzir e manusear palavras que reproduzem a realidade”. Por fim, a associação à investigação é justificada pelo facto de considerar que “todos os repórteres são investigadores, pois todos estão, ou deveriam estar, em

busca de informações surpreendentes. A investigação possibilita o acesso aos dados essenciais do acontecimento, aos detalhes, aos pormenores reveladores” (Guirado, 2004, p.22-23).

Também Jacinto Godinho atribui uma grande importância ao acontecimento quando se pensa na essência da reportagem. Este defende que “O acontecimento é o alvo, o assunto, o quadro da reportagem, em suma, o “objeto próprio” da reportagem. As reportagens tratam de acontecimentos, e mesmo quando analisam fenómenos devem entendê-los como uma série de acontecimentos encadeados” (Godinho, 2011, p.42).

A reportagem interessa-se, assim, pelos acontecimentos e não simplesmente por factos, esses são abordados pela notícia, assumindo-se como um género que pretende ir mais além:

“Por norma, uma pequena peça jornalística descreve os factos e, no máximo, as suas consequências. Por seu lado, partindo da própria notícia, a reportagem procura ir mais longe, desenvolvendo uma investigação mais exaustiva. Com efeito, a reportagem apura não unicamente as origens dos acontecimentos, mas as suas causas e consequências” (Martins,1997, as cited in Neto, 2009)<sup>3</sup>

Godinho (2011) oferece uma profunda análise sobre a relação entre estes dois géneros jornalísticos, onde demonstra o papel de legitimação da notícia que a reportagem desempenhava nos anos 20 e 30 do século XX. O repórteres tinham assim, o papel de regressar ao local da notícia “para confirmar com os seus próprios olhos, não os acontecimentos, mas as próprias notícias”, de forma a testemunhar “se as coisas se tinham passado efetivamente como a notícia relatara” (p.62)

---

<sup>3</sup> In Canelas, C. F. L. (2013). *O Binómio Jornalista-Editor de Imagem na Produção Noticiosa Televisiva*. Universidade de Aveiro. Retrieved from <http://ria.ua.pt/bitstream/10773/11946/1/Tese.pdf>

O autor defende, assim, uma forte ligação entre reportagem e a notícia, reconhecendo, porém, que estes acabam por ter uma relação conflituosa:

“os conflitos também cruzam, interiormente, os géneros dos programas da televisão, existe um, raramente diagnosticado mas extremamente fraturante, entre notícia e a reportagem. Trata-se de um conflito pouco notado, porque a analítica do jornalismo, e dos *media studies* em geral, trata a informação com um bloco único.” (p.54)

Um dos fatores onde a notícia e a reportagem entram em conflito refere-se à questão temporal. Isto é, a notícia é um género que se caracteriza pelo imediato, pelo presente, o jornalista toma conhecimento de um facto e “entrega-o” ao telespectador, sem lhe dar tempo para fazer juízos de valor.

A reportagem, por sua vez, vem alterar esta relação com o tempo. O que esta pretende é analisar o assunto mais aprofundadamente, dando ao telespectador tempo para conseguir formular um juízo, estimulando o espírito crítico daquele que recebe o conteúdo informativo:

“A reportagem só consegue abrir a experiência do espectador se o introduzir numa temporalidade diferente, que é a do acontecimento, e que é, também, o tempo necessário para o juízo. Para isso, precisa de contrariar a forte e densificada matriz temporal das notícias, da publicidade e dos videoclips (a trindade da experiência televisiva moderna), que opera para tempos de concentração mental extremamente curtos.” (Godinho, 2011, p.63)

De forma a demonstrar na prática como essa questão temporal influencia a experiência do recetor, pensamos no caso português conhecido como a Tragédia do

Meco. No dia em que foi noticiado, as pessoas foram informadas da morte de seis jovens no mar. Aquando da receção da informação, não foi possível estabelecer qualquer juízo de valor, devido à surpresa que a notícia causara. Dias depois, surgiam diversas reportagens nos vários canais portugueses. Aí, quando o telespectador recebeu o conteúdo informativo, já tinha feito um juízo sobre aquilo que aconteceu, procurando naquela reportagem esclarecer as suas dúvidas ou sustentar as suas convicções. Hoje, passados dois anos do acontecimento, seria estranho que surgisse uma notícia, a não ser se houvesse desenvolvimentos de extrema relevância sobre o caso. No entanto, teria toda a legitimidade ser feita uma reportagem, que relatasse a sucessão de acontecimentos que essa tragédia originou.

Isto demonstra, mais uma vez, o importante papel que o género jornalístico analisado nesta investigação tem na difusão de conteúdos informativos. A barreira temporal, tão associada ao jornalismo, consegue ser facilmente quebrada por esta forma de informar, desde que tal seja justificado pelo interesse noticioso dos conteúdos divulgados, em detrimento do que acontece com a notícia, que obedece a uma rígida ordem temporal.

Analisando o outro género jornalístico, também referido anteriormente – entrevista – é possível perceber como este acaba por funcionar como um fator enriquecedor da reportagem. A entrevista desempenha um papel fundamental, sendo mesmo “um dos pontos fulcrais para o bom andamento de reportagem, pois é por meio dela que se dá fala às personagens e os coloca no centro da importância, humanizando o relato” (Luíndia & Souza 2011, p.6).

Recorrendo a esta técnica o repórter dá a conhecer os envolvidos no acontecimento, conferindo à reportagem uma maior credibilidade, enriquecendo, assim o próprio conteúdo:

“A hora da entrevista pode e deve acrescentar muito do que constituirá o texto, construídos sob o olhar conjugado entre o que o entrevistado diz e o que o repórter compreende a esse respeito, sinuosamente tendendo para o meio



termo, para o equilíbrio entre ambos os discursos” (Luíndia & Souza, 2011, p.6).

Assim sendo, é possível concluir que a reportagem como assistimos nos dias de hoje é fruto de diversas transformações, principalmente no que respeita à liberdade conferida ao jornalista. Este género informativo exige do profissional um total domínio das restantes formas de produzir conteúdos noticiosos, uma vez que estes podem surgir como forma de enriquecimento da reportagem.

### **3.3 A Reportagem enquanto Conteúdo Audiovisual**

O conceito de audiovisual conta com uma longa história e surge associado a meios de transmissão de conteúdos capazes de fazer uma correta articulação entre dois sentidos: audição e visão. Se isto facilmente nos leva para anos mais longínquos, onde surgia o cinema ou a televisão, a forte ligação à tecnologia que este apresenta transporta-nos para o presente e demonstra a sua relação com a atualidade, tornando-se, por isso, uma área em constante mutação:

“A Produção Audiovisual é um processo que abarca diferentes géneros audiovisuais e que ao longo dos anos tem sofrido alterações. Novos géneros que aparecem e novos géneros que se reinventam graças às novas tecnologias e ao desenvolvimento tecnológico dos suportes audiovisuais. A Produção Audiovisual abarca assim: o Cinema, a Televisão, o Vídeo, o Vídeo online e o Vídeo para mobile.” (Lino, 2009, p.10)

Na presente investigação importa perceber a essência da reportagem enquanto conteúdo audiovisual, isto é, como a televisão é capaz de moldar a construção deste género informativo. Pelas características próprias que apresenta, acredita-se que a televisão oferece ao público uma visão diferente de determinado acontecimento, uma vez que consegue mostrar aquilo que narra e despertar, por isso, sensações por parte de quem assiste. Para Godinho (2011) “a reportagem televisiva, feita a partir de sons e imagens de acontecimentos reais, é uma obra que parte de um acontecimento para construir uma experiência própria” (p.43).

No entanto, para a realização dessa obra, neste meio em específico, é preciso ter em conta diversas técnicas de produção, cuja utilização deverá servir, também, como um fator distintivo. Segundo Xavier & Rodrigues (2013) “a muita prática e a busca do conhecimento técnico, levam a equipa a realizarem trabalhos reconhecidos pelo

público, e que se destacam no mundo da comunicação e em específico no programa de telejornal.” (p.10)

Inicialmente é necessária a escolha do equipamento, para isso deve ser tido em conta que este possui características próprias que devem ser conhecidas para o seu correto manuseamento, permitindo a partir daí que o repórter consiga a obtenção de um bom resultado, que responda ao pretendido pelo meio, independentemente da qualidade daquilo que dispõe:

“Aprender a filmar vídeos para o noticiário para serem editados com rapidez e precisão exige tempo e experiência, mas os fundamentos da filmagem são os mesmos, seja a câmara analógica ou digital, seja câmara fotográfica ou uma câmara digital de alta tecnologia. A tomada deve estar em foco, exposta em uma série de imagens utilizáveis e enquadrada de forma que o público veja o que precisa ser visto”. (Musburger as cited in Xavier e Rodrigues, 2013)

Quando se pensa na captação da imagem que irá ilustrar o acontecimento, existem, essencialmente, dois fatores que devem ser tidos em conta: o enquadramento e a iluminação. Embora o responsável pela tarefa seja o repórter de imagem, o jornalista, tendo em conta a abordagem que pretende dar à temática, deverá auxiliar nesta função de forma a existir coerência naquilo que o repórter capta e no que o jornalista pretende mostrar.

Segundo Sousa (2006) “a escolha do enquadramento, ou seja do campo visual que limita e enforma a imagem, determina o plano”, sendo o plano “a unidade crucial da narrativa visual” (p.588). Estes podem ter várias designações consoante aquilo que pretendem mostrar, podendo oferecer uma visão mais geral – planos abertos – ou mostrar algo mais de perto – planos fechados. Para Sousa (2006) “os planos mais fechados, normalmente, são mais expressivos do que informativos (p.591).

Porém, e apesar da reportagem ser um género informativo, são várias as vezes que se justifica a utilização de planos fechados. Os gerais permitem uma maior

contextualização do acontecimento, mas são os que se centram nos rostos das pessoas e nos pormenores que humanizam o relato, que fazem o telespectador viver a experiência que lhe está a ser transmitida.

Pensamos, por exemplo, nas inúmeras reportagens feitas sobre a emigração, onde aquilo que se pretende é mostrar as emoções daqueles que se separam. Aqui os planos fechados são fundamentais, é através deles que o público entra no tema e acaba por partilhar esses sentimentos.

Quanto à iluminação considera-se que se trata de um elemento cuja utilização, neste contexto em específico, requer alguma destreza. Uma vez que a reportagem é um género que não se pratica em estúdio, mas sim no local, seja ele exterior ou num interior desconhecido para o repórter de imagem, não é possível ter o controlo das condições de luz que dispõe.

Assim sendo, o repórter deve possuir um conjunto de ferramentas que lhe permitam criar o ambiente ideal para retratar o acontecimento. Com uma boa iluminação, os filtros corretos e a lente certa é possível evidenciar e dar mais ênfase à realidade que se pretende transmitir, sem interferir nela. (Pereira, 2014,p.36).

A intensidade da luz deve ser doseada consoante o efeito que se pretende dar à reportagem, porém, em termos gerais, esta deve manter o equilíbrio. Isto é, não exagerar na iluminação, o que conduzirá à perda de realismo, mas também não deixar que a falta de luz prejudique a imagem. Um aspeto importante a ter em conta na colocação de pontos de luz em reportagem é manter o cenário do acontecimento o mais real possível, fazendo com que os intervenientes não sintam que aquele foi alterado, caso contrário podem ficar constrangidos, o que pode comprometer a naturalidade das reações.

A imagem é, assim, assumida pelo repórter televisivo como a principal arma, mas não deverá ser tida como única. A inteligente articulação entre a imagem e o som, poderá ser determinante para o sucesso do produto final. Tal como refere Betz (2003) transmitir uma história envolve uma série de elementos que trabalham em conjunto, como é o caso do som e da imagem, e só assim se conseguirá contar uma história na sua totalidade. (p.17)

Em informação o som desempenha um papel muito importante, é preciso ouvir o que as imagens querem contar. O som fará o telespectador viver a situação,

remetendo-o para o local onde o acontecimento ocorreu. Por exemplo, se o conteúdo informativo relata a perda de pessoas no mar, é normalmente utilizada a imagem de águas agitadas, cujo maior impacto é atingido através do som que estas águas produzem. O som natural é assim “uma aspeto crucial nas histórias noticiosas e ajuda não só a contá-las, mas também a ilustrá-las de modo a criar-se uma imagem visual na mente da audiência”. (Betz, 2003, p.16)

A música é outro elemento sonoro, que muitas vezes é introduzido na Reportagem. Neste caso, normalmente está associado à transmissão de emoções e é mais utilizado na grande reportagem.

Por fim, na categoria de som está também incluída a voz-off. Este é um importante instrumento para a produção de informação, nomeadamente da reportagem, e que deve sempre caminhar a par com a imagem.

Godinho (2011) considera que “para que a voz-off seja útil à reportagem é preciso, em primeiro lugar, que o repórter seja capaz de escrever com as imagens”, sendo a voz-off utilizada como forma de “preencher as lacunas que a imagem não preencheu, ou para destacar pormenores dentro da imagem “ (p.76). De uma forma mais completa:

“O texto da voz-off deve funcionar como prótese discursiva, ou seja, deve enxertar-se nas imagens apenas para favorecer uma melhor experimentação por parte do espectador, dando-lhe pistas para alargar a observação, a reflexão ou a inquietação que lhe são propostas pela reportagem” (Godinho, 2011, p.84).

Por fim, quando pensamos na reportagem enquanto conteúdo audiovisual existem três componentes que devem ser perfeitamente articuladas - imagem, som e texto – tendo o jornalista ao seu dispor diversas técnicas que melhoram e diferenciam o seu trabalho. Só assim conseguem produzir corretamente aquele que é, por muitos, considerado o género nobre do jornalismo.

### 3.4 A Reportagem de Proximidade

Após o estudo sobre o jornalismo de proximidade, a televisão como meio de informação e a reportagem enquanto gênero jornalístico de extrema relevância, partimos para a análise da reportagem neste contexto tão próprio, que acaba por exercer uma forte influência na sua produção.

Quando pensamos na reportagem de proximidade a identificação assume uma grande dimensão. O conteúdo é produzido para pessoas que têm uma relação de proximidade com aquele acontecimento, mais não seja do ponto de vista geográfico, e que, deste modo, se vão sentir identificadas com aquilo que estão a ver. Isto acaba por criar grande pressão sobre o jornalista, uma vez que está a divulgar informação para um público que tem com aquele acontecimento o sentimento de pertença, tão característico dos meios de proximidade. O jornalista vê, assim, o seu trabalho ser condicionado por estar ao serviço de um meio de comunicação local que:

“Está num contexto vantajoso para o leitor ou telespectador, ou seja, a proximidade da informação. As pessoas acompanham os acontecimentos de forma mais direta, pela vivência ou presença pessoal, o que possibilita o confronto entre os fatos e sua versão midiática de forma mais natural.”  
(Peruzo, 2005, p.78)

Também a experiência que a reportagem proporciona ao telespectador, que segundo Godinho é o fator de distinção deste gênero - “o próprio da reportagem é reportar, é assegurar uma “experiência” ao espectador “dentro” das imagens” (p.73) – acaba por estar condicionada com a ligação que o público mantém com o acontecimento.

Assim sendo, considera-se que o impacto que determinado conteúdo tem na audiência é um dos principais fatores a ter em conta no desenvolvimento da reportagem neste contexto. Esta deve ser capaz de oferecer ao público informação relevante, ao mesmo tempo que provoca uma agradável experiência, algo que só pode

ser bem conseguido num meio onde o jornalista detém um profundo conhecimento sobre aqueles para quem produz.

A edição de imagem feita pelo próprio jornalista – o que se verifica no caso do canal sobre o qual será feito o estudo de caso – é outro dos fatores distintivos das reportagens de proximidade. Embora os canais informativos nacionais também já pratiquem esta filosofia do jornalista/editor no que respeita às pequenas peças de informação, normalmente a edição da reportagem é deixada a cabo do editor de imagem – salvo algumas exceções, ou canais que remetem para o jornalista estas duas funções. De modo a compreender o importante papel da edição de imagem em informação, considera-se interessante a definição apresentada por Cabral e Junior:

“A edição é compreendida como o processo de construção de uma narrativa audiovisual a partir da fase de montagem, de onde a notícia toma a forma de um produto jornalístico. Isso implica em escolhas, como se diz no jargão jornalístico, em cortes e emendas, em uma narrativa fragmentada, em que os editores operaram, a partir da manipulação e da exploração das imagens, estabelecendo uma narrativa que apresenta uma unidade para manter a atenção da audiência interativa do começo ao fim da reportagem.” (Cabral & Júnior, 2009, p. 3)

A edição é assim a altura em que o jornalista escreve com as imagens. Após a análise do acontecimento, da deslocação ao local para recolher toda a informação pertinente, é o jornalista que dá continuidade ao processo e constrói o produto final. Esta técnica assume grande importância pelo facto de permitir que exista um fio condutor que nunca é quebrado. É a visão do jornalista que investigou o caso que é traduzida nas imagens e não a do editor de imagem.

No caso dos meios de proximidade isto torna-se determinante, uma vez que foi o jornalista quem criou com os intervenientes os laços sociais anteriormente referidos

nesta investigação, sendo, por isso, a pessoa indicada para construir na íntegra um conteúdo que veicule informação de proximidade.

Existe, porém, um fator que se pode demonstrar limitador no exercício da reportagem em jornalismo de proximidade: o elevado investimento que este género exige. Dependendo, claro, se aquilo que se pretende é uma grande reportagem ou algo de menor dimensão, existe um conjunto de custos associados. Investimento esse que não é simplesmente técnico, aqui insere-se também a exigência de tempo e de recursos humanos.

Paulo Moura, jornalista do Público, em declarações ao Diário de Notícias reconhece o papel da reportagem como “um género jornalístico necessário para podermos compreender o mundo” e defende que:

“temos de encontrar um modelo económico que viabilize a reportagem, porque é o género que mais sofre e o mais frágil desse ponto de vista. E é um conteúdo de serviço público. Há que pensar soluções que possam ultrapassar a lógica de mercado” (Moura, 2015)

Se a nível nacional se levantam questões de ordem económica na realização da reportagem, num contexto em que, como já foi analisado, a publicidade é escassa e existe uma grande dificuldade na obtenção de rendimentos, o investimento torna-se um entrave determinante para a correta construção do género. Isto é, para que o jornalista consiga recolher todo o material necessário, produzir uma exaustiva investigação e tenha acesso a instrumentos técnicos adequados.

É verdade que, salvo raras exceções, um jornalista regional/local tem a grande vantagem de estar próximo dos acontecimentos de interesse para o público para o qual trabalha. Não tendo, por isso, de despender de tanto tempo ou preocupar com gastos de deslocações. No entanto, existe outro investimento que se torna muitas vezes insuportável para os meios mais pequenos: os recursos humanos exigidos na elaboração destes conteúdos informativos.



A reportagem é um gênero jornalístico, que exige na sua construção um trabalho em equipa. Se por um lado, como já verificamos, o jornalista é também responsável pela edição, não necessitando de um editor de imagem, por outro lado, este não dispensa o acompanhamento do repórter de imagem, responsável pela recolha de conteúdos visuais. Isto é, para cada acontecimento estarão, pelo menos, destinadas duas pessoas, não podendo uma reportagem ser ilustrada por imagens de arquivo, como acontece com a notícia.

No entanto, é de destacar que apesar destes entraves a reportagem continua a marcar presença nos noticiários dos meios de proximidade, o que demonstra a importância do gênero para a informação, justificando, assim, o investimento.

## Capítulo IV – Metodologia de investigação

### 4.1 Pergunta de Investigação

Uma investigação é um processo complexo que oferece uma grande quantidade de informação. Porém, por vezes, essa vasta disposição de conteúdos pode dificultar a orientação do trabalho e condicionar o resultado final.

Assim sendo, é essencial que uma investigação seja pautada por um elevado nível de organização e que o investigador seja capaz de estabelecer um caminho e delimitar etapas. Isto surge desde o início, aquando a criação de uma pergunta de investigação, que acompanha todo o processo, funcionando como um guia orientador.

Quivy e Campenhoudt (2005) identificam três características para uma boa pergunta de partida: clareza, exequibilidade e pertinência (p.35-38). Estes foram, também, os pilares para a construção da pergunta que serviu como ponto de partida da presente investigação:

*Que aspetos devem ser considerados no desenvolvimento da reportagem em contexto de jornalismo de proximidade?*

É claro aquilo que se pretende ver investigado, a relação entre o género jornalístico e o contexto em que este ocorre. A exequibilidade é garantida pelo facto deste género jornalístico ser praticado nos meios de proximidade, ou seja é algo que realmente existe e que é possível ser analisado no período de tempo exigido para a conclusão da investigação. Por fim, a pertinência deve ser a base de qualquer estudo, e sem ela o risco de um trabalho não ser considerado científico é altamente elevado. Assim sendo, a investigação aqui desenvolvida acredita-se ter total pertinência pelo facto de aliar a informação a um contexto bem diferente do habitual, e poucas vezes até aqui estudado.

## 4.2 Objetivos

A presente investigação tem como principal objetivo perceber como o contexto pode influenciar a construção audiovisual, mais concretamente a reportagem enquanto produto jornalístico de referência. Porém para atingir esta meta será necessário compreender tudo o que envolve a criação de um produto audiovisual de informação neste contexto específico.

Nesse sentido, e para conseguir atingir o proposto objetivo, entende-se que se terá de passar por várias etapas. Isto é, será necessário atingir, individualmente, os objetivos relacionados com o meio, o contexto e o produto audiovisual.

No que ao meio diz respeito - a televisão - é determinante perceber a importância que este tem para o jornalismo e como as suas características condicionam a construção de uma peça informativa. Quando um conteúdo é pensado para ser difundido pela televisão, este deve ser criado consoante um conjunto de regras que o diferem dos restantes meios, e é essa perceção de diferença, mas ao mesmo tempo, de importância que a televisão tem para o jornalismo que se pretende ver consolidada.

Relativamente ao contexto em que o produto audiovisual é construído, pretende-se, essencialmente, compreender como isso pode influenciar a produção de informação. Se por um lado a proximidade poderá funcionar como um limite à liberdade jornalística ou, por outro, como um aliado à obtenção de informação.

Quanto ao produto audiovisual - a Reportagem - são vários os objetivos que se esperam ver cumpridos. Fundamentalmente pretende-se perceber o que distingue este género jornalístico dos demais, de forma a ser considerado um género nobre do jornalismo. Para isso, também é necessário clarificar os desafios e entraves que o jornalista encontra aquando a sua realização, acreditando que a investigação seja o principal desafio e a necessidade de investimento acrescido um importante entrave. Por fim, perceber no caso específico em estudo, o jornalismo de proximidade, que aspetos devem ser tidos em conta no desenvolvimento deste género jornalístico, tanto na recolha, na produção, como na difusão dos conteúdos.

### 4.3 Metodologia

A metodologia pode ser vista como um dos pilares centrais de uma investigação científica. Esta é capaz de encaminhar todo o processo e mapear as várias etapas que o constituem, de modo a conseguir a obtenção de resultados válidos e fidedignos.

De uma forma mais sintetizada esta consiste na escolha e aplicação de métodos que melhor auxiliem as fases da investigação. Vergara (2004) reforça a sua importância ao considerar que o “método é um caminho, uma forma, uma lógica de pensamento”, e a sua adequada utilização conduz à obtenção das respostas às perguntas de investigação.

Aquando a definição da metodologia, estamos, tal como refere Vergara, a escolher um caminho. Do ponto de vista de abordagem, podemos optar pela quantitativa, qualitativa ou mista. O caso do estudo aqui apresentado assenta numa abordagem qualitativa.

Segundo Bogdan e Biklen (1994), a abordagem qualitativa “ênfatisa a descrição, a indução, a teoria fundamentada e o estudo das percepções pessoais”. (p.11) Esta abordagem dá primazia ao envolvimento, de forma a compreender mais aprofundadamente a construção social e cultural da realidade dos participantes. Esse envolvimento é uma das características principais do presente trabalho, justificando, assim, a opção por esta abordagem. O investigador compromete-se a viver a realidade estudada, juntamente com os restantes intervenientes, conseguindo daí retirar os seus significados e conclusões, isto é, algo que não é quantificável.

No que se refere à natureza da investigação, entende-se que se trata de um estudo exploratório, uma vez que se pretende conhecer em profundidade um tema pouco abordado – Reportagem Audiovisual em Jornalismo de Proximidade – e um estudo descritivo, na medida em que dá conhecer a situação tal e qual como ela é, dando uma extrema importância ao contexto em que esta ocorre.

Quanto ao processo metodológico foi escolhido o Estudo de Caso, uma abordagem de cariz qualitativo que se considera ser aquela que melhor direciona a presente investigação.

Um dos fatores de distinção entre o Estudo de Caso e as restantes abordagens, prende-se com o facto de este atribuir relações causais e não se limitar a descrever uma situação. Assim sendo, pensando na pergunta de investigação deste estudo, facilmente se encontra uma relação causal entre a reportagem e o jornalismo de proximidade.

Para Yin (2001) “um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenómeno contemporâneo dentro do seu contexto, especialmente quando os limites entre o fenómeno e o contexto não estão claramente definidos” (p.32). De acordo com a definição atribuída pelo autor, a escolha do estudo de caso como metodologia desta investigação é mais uma vez reforçada. Pois, a reportagem - fenómeno - será analisada dentro do jornalismo de proximidade – contexto - sendo um dos objetivos desta investigação definir os limites entre o fenómeno e o contexto, isto é, entre a reportagem e o jornalismo de proximidade.

Por fim, outra das características do Estudo de Caso é a exigência de realização de um forte trabalho teórico prévio, que pressupõe a definição de conceitos e autores chave, tornando-se fundamental para uma melhor análise de dados.

A presente investigação apresenta, assim, um estudo de caso focado na reportagem televisiva de proximidade, escolhendo, por isso, analisar os conteúdos emitidos por um órgão de comunicação que se assume como promotor desta diferente forma de informar : Porto Canal.

Inicialmente, foi feito um trabalho teórico que consistiu na pesquisa de conceitos-chave e autores, utilizando, para isso, opções bastante diferenciadas – *Google Scholar*; *Researchgate*, repositórios universitários e repositórios bibliográficos. Após a recolha de conteúdos considerados interessantes, foi tida em conta a bibliografia dos mesmos de modo a aumentar o conhecimento sobre as temáticas. Seguiu-se a delimitação da informação, criando, para isso, critérios de seleção, como por exemplo a proximidade

temporal. Por fim, de todo este processo resultou a construção do enquadramento teórico.

A fase seguinte, realizada nas instalações do órgão sobre o qual recaiu o estudo de caso, consiste na recolha de dados. Esse processo pode ser feito recorrendo a vários instrumentos, porém no caso em análise considera-se a observação participante aquele que melhor corresponde ao pretendido:

“Há mesmo problemas comunicacionais que dificilmente se podem estudar excluindo a observação direta. Além disso, a observação direta ajuda, frequentemente, a isolar e relacionar variáveis, a comprovar ou contextualizar hipóteses, a descrever detalhes e matizes difíceis de descortinar de outro modo, etc.” (Sousa, 2006, p. 719)

A utilização desta técnica para a obtenção de informação acontece em dois períodos distintos. Inicialmente o investigador acompanhou a equipa de reportagem, desde a deslocação ao local até ao processo de edição da mesma. Aqui foi a fase em que o investigador centrou a sua atenção na avaliação dos métodos de atuação do jornalista e as expectativas do público perante esses comportamentos.

Numa fase posterior, o investigador acumulou com a sua função o trabalho de jornalista. Ou seja, o profissional a avaliar é ele próprio, focando-se, por isso, mais nos aspetos técnicos, nas ferramentas necessárias para a elaboração do género, bem como na exploração da interação com os restantes intervenientes.

Neste período, ao recorrer à observação participante como método de recolha de dados, o investigador deparou-se com um grande obstáculo: a tensão existente ao acumular duas funções tão exigentes. Por um lado, estava obrigado ao correto cumprimento do papel de jornalista de modo a não comprometer o nome do órgão de comunicação que representava, o que exigia uma total concentração nas tarefas

desempenhadas. Por outro lado, todas as ações deveriam ser avaliadas enquanto investigador.

Assim sendo, houve a necessidade de encontrar uma solução para que se conseguisse exercer as duas funções em simultâneo sem prejuízo de nenhuma delas. Para isso, o investigador optou por se centrar no papel de jornalista durante todo o processo de construção da reportagem, e só depois de esta estar terminada analisar o que presenciou enquanto investigador.

Este delimitar de funções tornou-se essencial para a obtenção de bons resultados, uma vez que se acredita que se durante a construção da reportagem se atuasse enquanto investigador isso poderia acabar por comprometer a investigação, no sentido em que se perderia a naturalidade dos atos. Por sua vez, depois da reportagem terminada considera-se desprovido de sentido pensar enquanto jornalista, tornando-se a altura ideal para analisar tudo o que foi presenciado e daí retirar conclusões.

Ou seja, um trabalho diário, rigoroso e de onde, por vezes, resultaram as mesmas deduções. No entanto, acredita-se que este planeamento tenha sido um dos passos mais importantes para a obtenção dos resultados apresentados ao longo da dissertação.

Por fim, procedeu-se à análise dos dados. Aqui foi feita a verificação de toda a informação recolhida, com o intuito de analisar fatores como o comportamento do jornalista; a linguagem utilizada; o tipo de abordagem e de questões; se o contexto influencia a escolha das imagens ou se de alguma forma se pode verificar uma diferente relação, entre o jornalista e o público, nas reportagens realizadas neste género de meios de comunicação. Ou seja, foram analisadas várias componentes, individualmente, em prol de um objetivo comum: a resposta à questão de investigação, isto é, perceber o que se deve ter em conta quando se realiza uma reportagem neste contexto em específico. Esta última fase culmina com a conclusão da dissertação.

## **Capítulo V – Estudo de Caso**

### **5.1 Porto Canal**

A escolha do Porto Canal para a realização do estudo de caso prende-se com a consciência do trabalho desenvolvido por este órgão de comunicação em prol do jornalismo de proximidade nos últimos anos. Tal como já foi referido e analisado ao longo desta dissertação, preservar um canal televisivo com uma ligação a um território específico não é tarefa fácil, culminando, na maior parte das vezes, num infeliz desfecho, que leva ao encerramento dos mesmos. Neste sentido, o Porto Canal, pelo seu longo percurso surge como uma referência para o jornalismo de proximidade no panorama nacional.

#### **5.1.1 Perspetiva Histórica**

A 29 de setembro de 2006 arrancavam as emissões do Porto Canal. Uma estação “pautada por uma lógica de proximidade e não de entretenimento ou informação”, um canal “onde as pessoas se veem, reveem, identificam e gostam”. (JN, 2006a) Era este o objetivo apontado por Bruno Carvalho, na altura acionista e diretor geral do Porto Canal.

Bruno Carvalho tinha ocupado o cargo de administrador na NTV e com o fim desta televisão do norte, que por dificuldades económicas viu a sua essência regional ser perdida ao ser adquirida pela RTPN, atual RTP3, sentiu a necessidade de criar um novo canal regional “capaz de dar visibilidade a pessoas que a não têm nos outros meios de comunicação social”. (JN, 2006b)

Assim surgia o Porto Canal, propriedade da empresa Avenida dos Aliados SA, um grupo de produtoras da cidade, que detinha 97% do capital, estando os restantes três por cento repartidos entre o Finibanco e JP Sá Couto. Um canal que se assumia como totalmente privado, negando o envolvimento de qualquer autarquia: "Somos um



canal completamente privado com vários contratos de publicidade já fechados com entidades também 100% privadas". (JN, 2006a)

Em 2009, Bruno Carvalho abandona o cargo e é substituído por Juan Figueiroa. Este não era um nome novo para o canal, uma vez que pertencia a uma das produtoras envolvidas na sua criação: a Media Luso, representante em Portugal do grupo espanhol Media Pro.

Apesar da mudança o foco numa diferente forma de informar continuava ativo, e tal era notícia nos jornais portugueses: “uma das grandes apostas do novo diretor-geral da televisão metropolitana por cabo Porto Canal é a informação de proximidade traduzida na duplicação do tempo de antena do Telediário, que irá para o ar de segunda a sexta-feira”. (Expresso, 2009)

De forma a reforçar este género de informação, em Junho de 2010, abrem as primeiras delegações e a sede passa para além de Matosinhos, Vila Nova de Gaia, Maia e Porto, a fazer a cobertura de toda a área metropolitana, abrangendo um total de 16 municípios. Isto veio produzir diversas alterações. No que respeita ao principal bloco informativo - o Telediário - este passa a ser exibido também aos fins-de-semana, por outro lado, surgem novos programas dedicados à região norte, onde são inseridos os conteúdos produzidos nas delegações.

O ano de 2011 é marcante para a história do canal, altura em que passa a ser gerido pelo Futebol Clube do Porto, através de uma parceria com a empresa Media Luso, que incluía a opção de compra ao fim de dois anos. Isto não era algo que não fosse esperado, tendo o assunto sido abordado anteriormente. Em 2009 o Diário Digital dava conta de uma entrevista de Juan Figueiroa, na altura Diretor de Informação, à Agência Lusa onde defendia “uma maior colaboração com as principais instituições da cidade, através de parcerias, programas e cedências de espaço” e afirmava já terem sido “assinados protocolos com a STCP e a Associação de Comerciantes do Porto mas o objetivo é alargar a outras grandes entidades, de que são exemplos a autarquia, o FC Porto e a Junta Metropolitana do Porto”. (Diário Digital, 2009).

A entrada do FC Porto causou algumas mudanças, desde a grelha de programação, passando a incluir programas com conteúdos exclusivos do clube, até à direção, passando Domingos de Andrade a assumir o cargo de Diretor de Informação e Programação. No entanto, no que respeita à informação continuou a ser assegurada a autonomia e dedicação a conteúdos da região norte.

Em Fevereiro de 2012 a direção do Porto Canal volta a mudar, algo que se torna notícia nos meios de comunicação nacionais, pela escolha de Júlio Magalhães em assumir o cargo de diretor geral do canal, deixando para trás a TVI.

Na história do Porto Canal ficará para sempre marcado como um grande ponto de viragem o dia 11 de Janeiro de 2016. Após a aquisição na totalidade por parte do FC Porto, arrancam as emissões de um canal renovado, quer do ponto de vista de grelha de programação, grafismo, pessoal e tecnologicamente.

A vanguarda na tecnologia foi algo que o Porto Canal sempre tentou assumir. Apesar da sua dimensão, já em 2010 tinha sido “a primeira estação televisiva portuguesa a utilizar o LiveU, uma tecnologia revolucionária na transmissão televisiva em direto”. Esta tecnologia permite que a transmissão seja feita a partir de qualquer lugar através da rede móvel, oferecendo “uma maior autonomia e mobilidade às equipas de reportagem”. (RTP, 2010) A preocupação em melhorar a realização de reportagens, mostra a importância que o canal dá a este género jornalístico, sendo aquele que ocupa a maior parte dos blocos informativos.

Com as alterações provocadas pela aquisição do FC Porto, a tecnologia voltou a ser mais uma vez privilegiada, verificando-se um grande investimento num upgrade tecnológico, nomeadamente na melhoria da qualidade do som e da imagem, agora em alta definição. Foi também criado um novo centro de produção no Estádio do Dragão e melhorado o centro da Senhora da Hora, em Matosinhos, que ficou destinado à produção de informação.

No que respeita à grelha de programação, foram muitas as alterações. Surgiram mais conteúdos relacionados com o FC Porto, mas também novas apostas no entretenimento e uma vasta quantidade de programas informativos. Com estas

mudanças surgiram várias caras novas, algumas delas conhecidas do grande público, como é o caso dos irmãos Pedro e Ricardo Guedes e o maestro Rui Messena.

Já em Dezembro de 2015 era, assim, noticiada esta nova etapa da televisão do norte:

“No próximo dia 11 surge um Porto Canal renovado, mais forte e mais próximo. Um Canal para SENTIR AINDA MAIS. Mantendo a poderosa marca FC Porto como referência com conteúdos exclusivos do Universo azul e branco e a ideia de canal generalista, informativo, formativo, de entretenimento e serviço público, focado no Mundo que é o Território” (Porto Canal, 2015)

Apesar das alterações, aquando a notícia desta nova fase do canal, não foi esquecido o foco na região e no território, mostrando mais uma vez a importância dada ao jornalismo de proximidade e justificando a escolha do Porto Canal para o estudo de caso levado a cabo na presente dissertação.

### **5.1.2 O papel das delegações ao serviço da proximidade**

As delegações surgem como uma forma de expansão da cobertura noticiosa do canal. Segundo Vanda Balieiro, chefe de redação do Porto Canal, “estas vieram garantir maior capacidade operativa para assegurar a cobertura informativa da região norte de Portugal”<sup>4</sup>, assistindo-se, com a criação destas delegações, a uma descentralização da produção televisiva. O foco deixa de ser só a cidade do porto, onde o canal está sediado, e passa a ser também as regiões envolventes.

Assim, surgem em 2010 as primeiras delegações, que começam a funcionar como experiências-piloto em Julho desse mesmo ano: Penafiel, que assegura a cobertura entre o Sousa e Tâmega; Mirandela, que acompanha toda a região de Trás-os-Montes e Arcos de Valdevez, que cobre o Alto Minho.

---

<sup>4</sup> Citação retirada de entrevista exploratória colocada em anexo.

Aquando da criação destas delegações, o na altura diretor geral Juan Figueroa, emitiu um comunicado onde mostrava a importância deste feito: “este é apenas o primeiro passo para a abertura de uma rede de delegações regionais, com as quais o Porto Canal espera dar maior visibilidade às principais comunidades urbanas nortenhas”. As delegações vinham, assim, “cumprir a matriz editorial, vincando o carácter de proximidade da sua informação e entretenimento”, tratando-se, ainda, “de dar voz a regiões menos mediáticas, promover o conhecimento do país, discutir problemas que habitualmente não têm cobertura informativa”. (JN, 2010)

Em Janeiro de 2011 prosseguiu a expansão do canal com a abertura de novas delegações: Guimarães, a cobrir o território de Vale do Ave; Braga, assegura a cobertura da região Vale do Cávado e Vila Real, responsável pelo Douro.

A abertura de uma delegação em Lisboa, a 6 de Março de 2012, veio alterar a exclusiva presença do Porto Canal no Norte. Mas, ao contrário do que possa parecer, a ideia não era a expansão para o sul do país, mas sim “dar expressão nacional a esta cadeia de televisão”<sup>5</sup>. Trata-se de uma estratégia para dar visibilidade ao canal. Por um lado, o Porto Canal ter um microfone apontado a um ministro por qualquer motivo, prova que este canal existe e tem força para estar ali. Por outro lado, é necessário conhecer o que se passa com as pessoas do norte em Lisboa, são vários os deputados que são eleitos pelos círculos do norte e é preciso alguém dar a conhecer o que com eles acontece, alguém que lhes dê voz, e é nesse sentido que surge a delegação do Porto Canal.

Por fim, em 2013, abriu a delegação de Aveiro e São João da Madeira. Porém esta acabou por ser extinta, e cabe agora à sede assegurar a cobertura dos acontecimentos destas localidades.

Na imagem que se segue surge representada a área de cobertura noticiosa da estação televisiva, bem como as diferentes delegações. No entanto, embora seja o mapa mais atual que o canal possui, este não ilustra as alterações feitas recentemente: foi criada a delegação do Minho, que junta Guimarães e Braga; assistiu-

---

<sup>5</sup> Citação de entrevista em anexo.

se à fusão de Trás os Montes e Douro e ao encerramento da delegação de Aveiro e São João da Madeira.



Figura 1 – Área de cobertura noticiosa do Porto Canal

Este trajeto histórico da criação de delegações do Porto Canal é o principal reflexo na aposta do jornalismo de proximidade. A necessidade sentida em colocar alguém no lugar que fosse capaz de contar aquilo que se estava a passar e dar voz a locais que habitualmente não são notícia, distinguem o modo como este canal informa. Aliás, a justificação dada para a criação de uma delegação na capital espelha um diferente pensamento, de certa forma inovador.

Quanto à informação produzida nestes locais é de ressaltar o facto de apesar dos conteúdos aqui realizados também integrarem os blocos informativos, existir um programa diário feito quase na totalidade por notícias provenientes das delegações – **o Mundo Local**. Isto exige um trabalho diário de produção de informação por parte das delegações, assegurado por um espaço de divulgação, o que acaba por permitir uma grande partilha de notícias locais.

### 5.1.3 Informação

A informação ocupa um papel determinante na grelha de programação do Porto Canal, tal pode ser facilmente constatado quando se analisa o número de programas informativos transmitidos diariamente.

No que respeita aos telejornais, o Porto Canal, de segunda a sexta-feira, emite quatro blocos noticiosos em direto. Inicia a partilha de informação com o Acordar às 8h00, segue-se às 13h00 o Jornal das 13h00, à noite emite o Jornal Diário às 19h30 e, por fim, o Último Jornal à meia-noite. Todos eles com uma duração de cerca de uma hora.

Apenas ao fim de semana a presença de informação se torna mais reduzida, altura em que predominam os conteúdos desportivos, sendo apenas emitido o Jornal Diário, com uma duração de meia hora.

Ao longo da semana é ainda transmitido, também em direto, o Mundo Local, um magazine informativo sobre notícias locais, cujo formato e conteúdos serão abordados posteriormente.

Mentes que Brilham e Histórias com Futuro, são também programas informativos do Porto Canal. O primeiro dedica-se à ciência e investigação, já o Histórias com Futuro é um programa que pretende destacar pessoas ou empresas que pelos seus feitos sejam considerados de excelência.

Júlio Magalhães tem também um programa com o seu nome, onde lança o debate sobre temas da atualidade. O diretor geral apresenta, ainda, várias vezes o Especial Informação, que se trata de um programa pontual, transmitido quando existe algum tema polémico na atualidade que dote de interesse noticioso determinado assunto.

Também ligados à informação, mas de cariz opinativo, existe ainda o programa Opinião – Júlio Machado Vaz, onde o psiquiatra aborda vários assuntos que marcam o momento, e o programa Opinião dos Autarcas, no qual é feita uma análise política pelos vários autarcas da região norte.

Esta predominância de informação na grelha do Porto Canal, ao qual se junta o facto de ser transmitida nos mesmos horários dos canais generalistas nacionais,

demonstra a aposta que o canal faz na informação, sem medo de competir na grande guerra de audiências.

Assim sendo, e após a percepção de como o canal sobre o qual é feito o estudo de caso se dedica à informação, torna-se pertinente perceber como a reportagem predomina nestes programas.

No que respeita à divulgação de informação esta surge de três formas diferentes: *off2*; peça de redator e reportagem. O *off2* consiste na compilação de uma série de imagens sobre determinada temática que serve para ilustrar aquilo que o *pivot* está a dizer sobre determinado assunto. A sua utilização é privilegiada em duas circunstâncias: se a informação é conhecida perto da hora do jornal e que, por isso, não permite que seja dada a notícia de outra forma, ou se a relevância da informação é de menor grau, que não justifique a elaboração de uma notícia mais completa ou a ida ao local para averiguar a situação. Exemplos frequentes de temas abordados em *off2* são os casos dos aumentos dos combustíveis ou de previsões climáticas.

A peça de redator é aquela que noticia algo que, por algum motivo, não reúne condições para que seja feita uma reportagem. Assim sendo, o jornalista pesquisa informação, investiga, faz contactos se necessário e cria uma notícia ilustrada com imagens de arquivo. Isto acontece, por um lado, quando os factos são conhecidos no próprio dia e não se consegue agendar com os envolvidos para se fazer uma reportagem, ou em casos em que o conteúdo noticioso não é enriquecido pela intervenção de outras pessoas. Um exemplo de peças de redator muito produzidas pelo Porto Canal são as relacionadas com a Assembleia da República. Neste caso são fornecidas imagens pela Agência Lusa que são utilizadas para ilustrar aquilo que o jornalista relata, não sendo possível a ida ao local.

Por fim, a reportagem é o género predominante na informação do canal em análise. Embora a grande reportagem seja aquela que mais facilmente é associada a este género jornalístico, esta raramente é emitida nos noticiários do Porto Canal. Nos blocos informativos predominam as reportagens de informação diária e é este o objeto de estudo da presente investigação. Ou seja, um conteúdo informativo com a mesma exigência e regras de construção de uma grande reportagem, mas com uma menor duração.

A escolha da realização de uma reportagem está sempre associada à importância de determinado acontecimento, uma vez que é necessário justificar o envio de uma equipa para o local pelo valor noticioso da ocorrência. No entanto, existem situações em que a relevância não pode funcionar como o único critério. Em alguns casos a construção da reportagem está dependente de terceiros, sendo o trabalho da produção, ao estabelecer os contactos e agendar com as entidades, algo muito importante para que tudo funcione da melhor forma.

Em termos práticos se existe um acidente, uma manifestação, um incêndio, a intensidade do acontecimento por si só justifica a ida de uma equipa para a local e a realização de uma reportagem, sem ser necessário qualquer contacto prévio. Agora se estamos perante uma denúncia de uma empresa que não paga aos trabalhadores há alguns meses, o que causa situações de precariedade, este é um assunto que não se consegue noticiar, sem fazer contactos com os trabalhadores, a empresa, de modo a ir ao local e falar com os envolvidos. Isto mostra como a realização de uma reportagem é algo que exige alguma ponderação e um forte trabalho de equipa que começa na produção quando acede à informação até à fase de pós produção quando a reportagem é finalizada.

No entanto, apesar desta exigência a reportagem predomina nos noticiários do Porto Canal. Uma situação que se acredita dever ao facto desta ser aquela que melhor espelha a filosofia do canal e a ideologia de um jornalismo de proximidade. Ou seja, se aquilo que se pretende é dar voz ao cidadão, é mostrar aquilo que se passa, isto só se consegue quando um jornalista vai ao local, fala com os envolvidos e acaba por viver aquilo que aconteceu. Só assim, o profissional reúne todas as condições para contar os factos, atribuindo-lhes um rosto, uma identidade.

#### **5.1.4 Mundo Local**

O Mundo Local é um espaço informativo que se dedica a dar a conhecer tudo o que de importante se passa na região norte. Segundo a ficha de apresentação do programa que surge no *site* oficial do Porto Canal, o Mundo Local é:



“um magazine informativo, em direto, onde passam em revista alguns dos principais assuntos que marcam o dia-a-dia das várias regiões do país. As notícias de que os outros não falam, mas que são parte da vida de cada um. Este é o espaço informativo, para o que acontece na sua terra.” (Porto Canal, 2016)

O Mundo Local tem uma duração de 25 minutos e vai para o ar de segunda a sexta-feira, às duas da tarde. Um programa que termina uma sequência informativa, que começa com o Jornal das 13, seguido do Flash Porto, com os conteúdos desportivos, e por fim o Mundo Local, com a transmissão da informação de carácter regional.

Apesar do programa ter surgido recentemente, em 2016, este veio substituir o Territórios, um magazine informativo que era transmitido desde 2011. O Mundo Local é composto essencialmente por reportagens, sendo utilizadas com pouca frequência peças de redator ou *off*<sup>2</sup>. Além destes géneros jornalísticos, este programa concede ainda espaço para uma ou duas entrevistas em estúdio.

No que respeita às reportagens, estas são realizadas essencialmente pelas delegações. Porém, sempre que algo de interesse para o programa acontece na zona do grande Porto ou Aveiro, as reportagens são feitas por jornalistas da sede.

Quanto às temáticas a abordar estas diferem bastante das analisadas nos blocos noticiosos. Aqui não há lugar para o crime, nem para acontecimentos marcados no tempo. Isto é, não é notícia de Mundo Local dizer que ontem um acidente provocou a morte de cinco pessoas, mas por outro lado, tem valor noticioso informar que uma estrada está fechada devido a um acidente e que esse encerramento transtorna a vida da população de determinada localidade.

É também um programa que dá antena a eventos culturais, que mostra o que se passa em determinada região e convida o público a passar por lá. Mais uma vez a abordagem é diferente. Não é Mundo Local dizer que no fim de semana decorreu uma feira gastronómica, que contou com a presença de centenas de pessoas, é sim notícia neste programa que se irá realizar uma feira gastronómica no próximo fim de semana, contar o que se irá passar e convidar a que as pessoas venham conhecer.

Na entrevista em estúdio, é também dado tempo de antena a assuntos que dificilmente serão abordados noutros programas informativos. Aqui tanto pode ser convidado um homem que realiza anualmente um jantar comemorativo do dia da mulher para todas as mulheres da freguesia, como o presidente de uma autarquia que anuncia a candidatura de determinada causa a património Imaterial da Humanidade da Unesco. Ou seja, temas tão distintos a nível de relevância cultural, mas que mantêm algo em comum, promovem uma região, um conjunto de pessoas, e é este o grande intuito do Mundo Local dar “espaço para o que acontece na sua terra”.

Embora ao longo da investigação também sejam estudadas as reportagens feitas para os telejornais do Porto Canal, quando por algum motivo de considere relevante, será dada prioridade à análise de reportagens feitas para este programa, aquele que o investigador acompanhou de perto durante quatro meses, nos quais realizou este estudo de caso.

#### **5.1.5 Edição On-line**

O tratamento dado ao *site* oficial do Porto Canal e à página na rede social *facebook*, são reflexo da grande importância que o canal atribui à utilização da internet como agente de divulgação. Com uma atualização permanente e conteúdos exclusivos para a edição on-line, aqui é oferecido ao público uma informação mais diversificada e ao minuto.

Para isto trabalha diariamente, e em exclusivo, uma equipa responsável quer pela informação, através da construção de notícias, quer pela divulgação do que no canal é feito, partilhando os melhores momentos de programas já divulgados ou vídeos com o intuito de publicitar aqueles que ainda vão ser emitidos.

Durante a estadia do investigador nas instalações do canal para proceder ao estudo de caso, por um determinado período de tempo, este integrou a equipa da edição *on-line*. Embora aqui não sejam elaboradas reportagens, que é o tema central em análise, considera-se relevante perceber o uso que o canal dá à Internet. Uma ferramenta cuja utilização, como já foi referido anteriormente, deve ser um desafio

para um meio de proximidade, que consegue por esta via ultrapassar fronteiras e captar atenção de um maior número de pessoas.

Analisando os conteúdos informativos aqui difundidos, verifica-se a disposição de um elevado número de notícias, conferindo, assim, a dinâmica e atualidade características da internet. É certo que esta construção noticiosa permanente é fruto do imediatismo e falta de restrição no que respeita ao acesso à informação, que só a internet oferece. Aqui não há o aguardar pela confirmação para sair em reportagem, o analisar se há recursos humanos disponíveis, o perceber se a distância a que determinado facto aconteceu justifica que alguém aí se dirija sem correr o risco de chegar ao local e tudo já ter terminado, no on-line o que acontece a 200 km está à distância de um clique, é considerado notícia e deve ser feito para agora.

Esta facilidade em dar informação característica da internet, é a única maneira que um canal deste âmbito tem para ir mais além, para se aproximar do noticiado pelos órgãos generalistas nacionais, e ter, assim, a oportunidade de mostrar que sabe fazer jornalismo, sabe informar e captar a atenção do público para aquilo que no canal é produzido.

Porém, e apesar de se considerar que a edição *on-line* é aquela que mais se tenta aproximar do praticado nos canais de âmbito nacional, existem marcas que lhe conferem a identidade de um canal regional. Um exemplo mais notório é a forma como as notícias surgem identificadas - Economia; Política; Desporto; FC Porto; Mundo; País e Norte. Este agrupamento espelha a importância dada ao local ao qual pertencem, existe uma seção exclusiva para o Norte e o resto de Portugal é considerado país.

Pensando, agora, em termos práticos para facilitar a perceção de como funciona a produção de notícias nesta secção, seguem alguns exemplos. É na edição *on-line* que se consegue noticiar que houve um acidente em determinado local e o que daí resultou, pois basta fazer um contacto telefónico e consegue-se obter todas as informações que precisa para escrever a notícia. Já para fazer uma reportagem, a não ser que seja algo de grande impacto e próximo geograficamente, não irá justificar a saída de uma equipa.

Outro exemplo mais concreto, foi o protesto dos suinicultores em Alcobaça, a 19 de Abril de 2016. Os incidentes foram notícia de abertura dos telejornais da SIC e da TVI. No entanto, por ser fora da área de atuação do Porto Canal, tal não foi mencionado nos blocos informativos, mas foi noticiado na edição *on-line*. Isto justifica-se pelo facto de aqui existir espaço para que seja divulgado, sem preocupação em quebrar limites geográficos. Por fim, pensando à escala mundial pode ser noticiado no *on-line* que pela primeira vez a África supera a América Latina na liberdade de imprensa, mas tal não tem força noticiosa para ser incluído num programa informativo.

A grande quantidade de produção de conteúdos da edição *on-line* está assegurada por outro fator que deve ser tido em conta. Isto é, aqui a atualização informativa é feita recorrendo a notícias escritas, existindo, por isso, a possibilidade destas serem transcritas na íntegra de uma agenda noticiosa, sendo apenas necessário identificar a fonte. Na verdade, isto acontece em grande parte das notícias do *site* oficial, que surgem identificadas com a autoria da Agência Lusa. Esta facilidade de divulgação é algo impensável na construção de um conteúdo audiovisual, onde é necessário compilar imagens, escrever texto e sonorizar.

Para além da construção de notícias, a equipa *on-line* é responsável por assegurar a divulgação daquilo que é feito no canal, o que para um órgão deste âmbito se torna fundamental. Por exemplo, existem situações em que a equipa do Porto Canal, pela especificidade ou regionalismo dos temas abordados, é a única que se dirige ao local. Nestes casos a pergunta por parte dos visados de como poderão ver a reportagem é uma constante. Recorde-se que o Porto Canal é emitido com acesso restrito, estando condicionado a que para ser visto a pessoa tenha que ter um contrato com uma determinada operadora. Neste sentido, o *on-line* tem o importante papel de ultrapassar essa limitação e colocar os conteúdos à disposição de todos.

Outro papel importante relaciona-se com o espaço dedicado aos comentadores nos telejornais. A equipa *on-line* é responsável por analisar o que foi comentado, colocar uma notícia escrita a resumir o que foi dito, acompanhado do vídeo onde se possa visualizar a totalidade dos comentários. Isto torna a visualização muito mais prática, por um lado o público não é obrigado a ver todo o telejornal e por outro lado ao ler o

resumo dos temas abordados, percebe de imediato se o que foi comentado lhe suscita ou não interesse.

Em suma, a utilização que o Porto Canal faz da internet, mostra a consciência que este tem das vantagens que daqui podem resultar. Facilmente percebeu que o inteligente uso da internet pode ser uma mais-valia para um meio de proximidade, conseguindo, por isso, cumprir este desafio.

## **5.2 Construção da Reportagem de Proximidade**

De modo a conseguir responder à pergunta de investigação do presente trabalho - Que aspetos devem ser considerados no desenvolvimento da Reportagem em Jornalismo de Proximidade? – decidiu-se analisar as três etapas de construção de um conteúdo audiovisual: Pré-produção; Produção e Pós-produção. Porém, as várias fases surgem nomeadas de forma diferente, seguindo o praticado em informação, e nomeadamente pelo órgão de comunicação sobre o qual é realizado o estudo de caso, atribuindo-se, por isso, a designação de Produção; Realização e Pós- Produção.

Ao longo do período em que o investigador esteve nas instalações da estação televisiva acompanhou estas diferentes fases da construção de uma reportagem, desempenhando todas as tarefas posteriormente analisadas, tal como comprova o parecer colocado em anexo, emitido pelo Porto Canal.

### **5.2.1 Produção**

A produção em informação, no que respeita à ordem temporal, equivale ao que no cinema se designa de pré-produção, com a grande diferença de que aqui não é necessário a construção de qualquer guião. Em informação é tarefa da produção fazer a recolha da informação, analisar o interesse noticioso, estabelecer os contactos, criar uma agenda onde estão atribuídas as tarefas a cada profissional, enfim, preparar um suporte de conteúdo informativo que permite ao jornalista ter toda a informação necessária quando sai em reportagem.

Neste sentido considera-se fundamental iniciar o estudo dos aspetos que devem ser tidos em conta quando se realizam reportagens neste contexto, pela forma como a informação é recolhida e o tratamento que sofre para ser dotada de interesse noticioso. Isto é, perceber quem são aqueles que fazem chegar a informação a um meio de proximidade, e a que critérios de noticiabilidade esses factos devem obedecer para que possam ser considerados merecedores de uma reportagem.

### 5.2.1.1 Obtenção de Informação

A obtenção de informação surge como o primeiro passo para a realização de uma reportagem. Isto pode ser feito de várias formas, no entanto, está sempre associado a uma fonte, algo determinante para a essência do trabalho jornalístico. Aldo Schmitz investigou a temática e apresenta uma completa definição do termo:

“Fontes de notícias são pessoas, organizações, grupos sociais ou referências; envolvidas direta ou indiretamente a fatos e eventos; que agem de forma proativa, ativa, passiva ou reativa; sendo confiáveis, credíveis ou duvidosas; de quem os jornalistas obtêm informações de modo explícito ou confidencial para transmitir ao público, por meio de uma mídia.” (Schmitz, 2011, p.9)

Analisando, agora, a obtenção de informação por parte do órgão de comunicação em estudo, esta é feita essencialmente de três maneiras: Agência Lusa; restantes órgãos de comunicação, nomeadamente a imprensa nacional e regional e contactos feitos por particulares ou entidades, via telefone, e-mail ou até mesmo através da deslocação ao canal para ceder informação sobre determinado assunto.

No caso da Agência Lusa segue-se o seguinte procedimento. É colocado ao dispor de todos os órgãos de comunicação, por esta agência noticiosa, uma agenda mensal, semanal e diária, onde os conteúdos surgem separados por dia, temática e local. Baseada nesta agenda, cada órgão escolhe a informação à qual concede maior interesse noticioso.

No Porto Canal, o primeiro passo é retirar os conteúdos referentes à sua área de atuação. Para isso alguém analisa toda a informação, escolhe aquela que diz respeito à área geográfica que o Porto Canal cobre e coloca num documento próprio, separado pelos dias da semana. É preciso numa fase seguinte, aquando a realização da agenda, isto é, a escolha dos temas sobre os quais irá recair um trabalho jornalístico, escolher os conteúdos que mais interesse têm para o canal. O recorrer à informação vinculada

por uma agenda noticiosa tem como grande vantagem a credibilidade e segurança da mesma, aqui temos a chamada fonte segura.

Outra forma de obtenção de informação muito praticada pelo Porto Canal é a análise de toda a informação difundida pelos outros órgãos de comunicação. Aqui insiste-se nas notícias divulgadas pela imprensa para perceber se alguma desperta interesse.

Porém, nesta fase é realçada uma grande limitação dos meios de proximidade. Uma vez que aquilo que é considerado notícia para um meio regional se rege maioritariamente pela geografia do acontecimento e os jornais de âmbito nacional se debruçam sobre todo o território, apresentando um número reduzido de notícias sobre determinada região, isto acaba por dificultar a tarefa de um canal regional conseguir aí encontrar temas que possam ser abordados.

Assim sendo, a análise de jornais regionais surge como uma forma de ultrapassar esta limitação. No entanto, isto não é uma garantia total de obtenção de informação, pois também aqui se verifica um grande entrave. Se por um lado, o interesse geográfico está assegurado, por outro, é preciso ter em conta que muitos dos jornais locais e regionais são de publicação semanal, o que faz com que quando se acede à notícia, esta possa já ter perdido a atualidade.

A realização de rondas diárias é outra das formas de obter informações relevantes. Isto consiste em ligar para os bombeiros voluntários e postos de comando de segurança, de forma a tentar perceber se algo se passou que possa despertar interesse. Estes contactos são feitos apenas para as localidades que o Porto Canal assegura cobertura.

As rondas diárias surgem como a forma que o canal tem de saber acontecimentos de última hora. No entanto, o sucesso na obtenção da informação está associado a vários fatores. Por um lado, o canal está dependente da disposição por parte das entidades em divulgar informação, por outro lado, a boa obtenção de informação significa ligar para o sítio certo à hora certa. Ou seja, por vezes faz-se o contacto com os bombeiros de determinado local, que informam que não há qualquer ocorrência, só passado cerca de duas horas é que se consegue voltar a ligar para o mesmo sítio, mas



nesse período de tempo pode ter havido um incidente que quando se tem conhecimento já não justifica a deslocação de uma equipa ao local, perdendo-se uma oportunidade de reportagem.

Porém, se às vezes o contacto não é feito na hora certa, outras há em qua acontece o oposto. Um exemplo que espelha bem a situação foi uma reportagem feita sobre as cheias do rio Leça. Aquando a realização de uma ronda foi feito o contacto para os bombeiros voluntários locais, que informaram que naquele momento ainda não haveria qualquer situação de alarme, mas que pela subida do caudal do rio brevemente iriam começar a ficar casas inundadas. A informação foi finalizada pelo bombeiro a afirmar que não iria demorar a que uma equipa do Porto Canal estivesse no local. Esta afirmação é o reflexo daquilo que as próprias entidades esperam deste meio de comunicação, aquele que está sempre pronto para mostrar o que acontece na região.

Na verdade, foi enviada uma equipa ao local e a descoberta de uma informação no tempo certo, permitiu que o canal conseguisse transmitir uma reportagem sobre a maior cheia naquela zona que muitos dos habitantes tinham memória, conseguindo ainda aceder aos principais locais afetados, que passados poucos minutos estariam inacessíveis ao trânsito.

Por fim, e não menos importante, surgem aqueles que contactam o Porto Canal com o intuito de dar a conhecer alguma situação, quer individualmente, quer em representação de entidades.

Recuemos ao enquadramento teórico desta investigação, quando se abordava a questão do Pacto de Proximidade - um acordo assumido entre os *media* e os constituem a comunidade com o objetivos de “defender a região e as gentes em nome do desenvolvimento” (Coelho, 2005, p.153). Aqui ambos desempenham um importante papel e o que agora importa analisar é a atuação da população para o sucesso deste pacto. Pois, como já foi referido anteriormente, a comunidade deve dar aos *media* as condições necessárias para a produção de conteúdos, como é o caso da partilha de informações relevantes. Os membros da comunidade e os meios de comunicação devem, assim, atuar em conjunto pelo sucesso da região, sendo, segundo

Camponez, neste compromisso que “se frutifica ou fracassa, se diversifica ou homogeneíza a comunicação”. (Camponez, 2002, p.103).

Deste modo, e com base no analisado neste estudo de caso, pode dizer-se que os conteúdos informativos divulgados no Porto Canal se regem pelo chamado pacto de proximidade. No que se refere à produção, isso está explícito na forte ligação entre o canal e a comunidade para a obtenção de informação.

A comunidade contacta o canal porque sente que é mais facilmente ouvida. Tal foi reforçado várias vezes em contactos que o investigador realizou enquanto esteve a exercer funções na produção do canal. Um dos exemplos foi o caso de uma reportagem sobre uma Associação Intergeracional, que se dedica à produção de vestuário em crochet com finalidades solidárias. Se a ideia até pode ser considerada interessante, pela localização da sede do projeto – Tarouca – os responsáveis entenderam que o Porto Canal seria aquele que lhes conseguiria dar visibilidade. Durante o próprio contacto foi referido que o envio da informação a dar conhecimento da associação foi dirigido ao Porto Canal, por acreditarem que era um meio que se interessa pela região.

Este é um dos muitos exemplos práticos que mostra como as pessoas esperam que determinados temas sejam mostrados num meio de comunicação com estas características, onde reina o interesse pela proximidade a um território. Cabe depois ao canal ser capaz de corresponder às expectativas da população e reproduzir aquilo que eles pretendem ver. Na verdade o canal é um grande interessado em mostrar aquilo que as pessoas querem ver, acabando por ganhar com a satisfação daqueles que o contactam.

Tal como se tem vindo a mostrar nesta fase da investigação, a obtenção de informação por parte do Porto Canal está sempre muito dependente de outros órgãos ou agências, assim sendo, estabelecer contactos com pessoas e entidades torna-se uma mais-valia. O canal preocupa-se em mostrar o que as pessoas sugerem, claro que mediante o cumprimento de critérios de noticiabilidade, para que depois quando necessitar dessa mesma comunidade, esta também esteja disposta a ajudar. Existe aqui uma espécie de um acordo entre as duas partes.

Um exemplo prático do funcionamento desse “acordo” é retirado do programa Mundo Local. Como já foi referido anteriormente, neste programa existe sempre espaço para pelo menos um convidado. Embora seja vantajoso para alguém ir a um programa de televisão divulgar determinada iniciativa, pela frequência com que este é emitido tem que haver um grande trabalho de produção para garantir a presença de um convidado diariamente. A 13 de Abril, era noticiada neste programa a candidatura da gastronomia de Trás-os-Montes e Alto Douro a Património Cultura Imaterial da Humanidade da Unesco, o certo é que no dia seguinte surge como convidado um dos mentores dessa candidatura. Ou seja, o Porto Canal serve como meio de divulgação da ação e a pessoa envolvida no projeto auxilia com a vinda ao programa.

Assim sendo, é possível perceber de que forma começa a elaboração de uma reportagem, de onde parte a informação que faz desencadear este produto jornalístico. Porém, é de realçar um facto comprovado no estudo de caso: a falta de jornalismo de investigação num meio de proximidade. Acredita-se que isso muito se deve à exigência de elevados recursos financeiros e humanos para que uma equipa se dedique, exclusivamente, a um assunto até conseguir a produção da notícia, ou pelo facto de poder não se justificar em jornalismo de proximidade a possível “perda de tempo” sem saber se daquela investigação vai resultar ou não notícia.

Em suma, para a obtenção de informação num órgão que veicula conteúdos de proximidade existe uma grande dependência das fontes, sejam elas agendas noticiosas, outros órgãos de comunicação, entidades públicas ou até mesmo particulares, verificando-se a ausência de investigação.

#### **5.2.1.2 Critérios de Noticiabilidade**

Após a obtenção de informação é necessário perceber se esta apresenta interesse noticioso para o órgão de comunicação em questão. Neste caso, analisar se tem viabilidade para que sobre ela seja realizada uma reportagem. Para isso, é necessário olhar para a informação com base em critérios de noticiabilidade.

No terceiro ponto do capítulo II da presente dissertação, surge uma análise sobre os critérios de noticiabilidade presentes nas televisões de proximidade, concluindo-se

que a imagem/visualidade; personalização; disponibilidade e a proximidade são aqueles que predominam. Porém são ainda apontados clareza; atualidade; magnitude e negatividade.

Com a realização do estudo de caso foi possível comprovar que a informação considerada de interesse noticioso para a realização de uma reportagem, em contexto de jornalismo de proximidade, obedece aos critérios acima referidos. É necessário perceber se existe disponibilidade, se é possível captar imagens, se são temas claros, atuais com magnitude e se têm negatividade naquilo que transmitem. No entanto, recorrendo a exemplos práticos é possível mostrar como a proximidade da informação e a personalização aquando a realização do conteúdo se destacam dentro dos critérios de noticiabilidade, valores estes menos seguidos nos canais nacionais.

Assim sendo, analisamos casos concretos. A 19 de Fevereiro de 2016, os três canais generalistas nacionais – RTP; SIC E TVI – abriam o jornal com uma notícia que chocava o país. Uma menina de cinco anos morrera, em Lisboa, após cair de um prédio durante a madrugada, altura em que estava sozinha em casa. Nesse mesmo dia o Porto Canal fazia a abertura com a polémica da Tap, um tema marcante para a região norte, sem nunca fazer referência ao longo do jornal para a notícia da criança. Tal pode ser comprovado na seguinte figura que ilustra as notícias de abertura do jornal das 13 horas de 19 de Fevereiro de 2016 dos quatro canais analisados.



Figura 2 - Notícias de abertura do dia 19 de Fevereiro de 2016

Passados dois dias, a 21 de Fevereiro, os três canais voltaram a abrir com a mesma notícia, desta vez também com um assunto fortemente negativo. Era encontrado o corpo da segunda criança desaparecida no episódio que ficou conhecido como a “Tragédia de Caxias”, um tema que marcou presença nos telejornais ao longo de vários dias. O Porto Canal, mais uma vez não referiu o facto ao longo do telejornal e fez a sua abertura com uma explosão no Porto da qual resultou um ferido com queimaduras de segundo e terceiro graus.

Os dois casos têm em comum o facto de terem acontecido em Lisboa, local onde o Porto Canal, como já foi referido tem uma delegação. No entanto, por não fazer parte da área de cobertura do canal, tal nem sequer foi referido. Isto permite retirar uma importante conclusão quanto aos valores notícia, o tão apetecível critério da negatividade, sendo dos mais identificados nos órgãos de âmbito nacional, quando se trata de um meio regional não supera o critério de proximidade. Isto é, o que é próximo, nem que seja uma polémica supera o negativo, mesmo que isso signifique a morte de crianças e o choque de um país.

No que se refere à personalização, um critério que remete para a fase de realização da reportagem, foram muitas as vezes que este critério foi referenciado ao investigador quando era explicada a temática a tratar. O chamado “humanizar o relato”, tão característico das reportagens difundidas, principalmente, pelo programa Mundo Local. Isto consiste em dar um rosto ao problema. Para este género de informação, mais do que mostrar que um problema existe é preciso mostrar quem é que afeta e de que forma.

Um exemplo prático desta situação aconteceu com uma reportagem emitida a 11 de Abril de 2016 no Mundo Local, sobre a criação de uma aplicação para *smartphone*, que permite auxiliar na reserva de recintos desportivos. A jornalista construiu a reportagem começando por explicar no que consistia a aplicação, utilizando para isso declarações dos seus criadores, e só depois é que surgia um desportista a falar do assunto. Quando mostrou o resultado final ao superior de forma a perceber se correspondia ao pretendido, foi-lhe pedido que alterasse o início, de modo a que o conteúdo se tornasse mais atrativo.

O certo é que a forma como a reportagem começa espelha na perfeição o seguimento deste critério de noticiabilidade. “O João é utilizador da Aircourts, reservou um campo de padel de forma simples e rápida através da aplicação e veio jogar com os amigos”<sup>6</sup>, esta é a frase de abertura da reportagem, enquanto mostra a imagem do desportista e que introduz o chamado vivo, isto é, a parte em que a pessoa fala sobre o assunto. Só numa fase posterior é que se explica ao certo em que consiste a aplicação e se dá a imagem a alguém da organização que fala sobre o assunto.

Ou seja, embora os outros critérios de noticiabilidade também sejam seguidos, é curioso perceber como o da proximidade se destaca dos restantes, e como o da personalização também tem um importante papel nesta forma de fazer jornalismo. Dois critérios que perdem o impacto quando analisados nos órgãos de comunicação generalistas nacionais.

---

<sup>6</sup> A reportagem encontra-se disponível, ao minuto 7, do programa Mundo Local, ao qual se consegue aceder pelo seguinte link:  
[http://portocanal.sapo.pt/um\\_video/0GubVU62S3t4ZDd1VKjk](http://portocanal.sapo.pt/um_video/0GubVU62S3t4ZDd1VKjk)

### **5.2.2 Realização**

Analisar a realização de uma reportagem implica ter em conta duas fases muito distintas, mas que só com a correta articulação entre elas se consegue obter um bom resultado final. Por um lado, a preparação que o jornalista faz para a temática a abordar e a forma como se comporta no terreno. Por outro lado, o regresso à redação com a vivência do acontecimento para iniciar o processo de elaboração do conteúdo informativo.

No que se refere à primeira fase é necessário perceber os mecanismos utilizados na preparação e como esses podem ser diferentes pelo facto de se tratar de uma reportagem de proximidade. Já na fase da elaboração, é importante analisar os diferentes passos que esta segue, bem como perceber como o contexto influencia neste processo, nomeadamente a linguagem utilizada.

#### **5.2.2.1 Preparação e Deslocação ao Local**

O modo como o jornalista se prepara para sair em reportagem está sempre dependente da forma como obtém a informação. Esta pode ser comunicada com antecedência como é o caso dos serviços que constam na agenda – documento enviado no dia anterior que contém aquilo que determinado jornalista vai realizar, acompanhado de uma breve descrição sobre o acontecimento - ou pode ser uma situação de última hora, que leva a que o jornalista saia da redação com pouca informação sobre o que aconteceu.

Embora nestes dois casos o tempo de preparação surja como um fator distintivo, existe algo que pode ser comum nas duas situações e que se torna numa característica dos conteúdos de proximidade: a escassez de informação.

Essa falta de informação pode estar relacionada com o facto de o acontecimento ser de interesse noticioso para determinado órgão, mais ligado ao território, mas não o ser para os meios nacionais, ou por se tratar de uma ocorrência recente e ainda não haver registo daquilo que se passou. Em ambos os casos, isto leva a que o jornalista crie mecanismos de preparação.

Quando o jornalista tem conhecimento atempadamente daquilo que vai realizar, mas mesmo assim não consegue reunir a informação necessária, o que normalmente acontece quando se trata de iniciativas locais, o assessor de imprensa funciona como a principal fonte noticiosa. É ele quem vai auxiliar o jornalista e fazer o enquadramento da temática para que este consiga desempenhar o melhor possível o seu papel, nomeadamente aquando a realização das entrevistas com os principais envolvidos no acontecimento, altura em que o jornalista tem que saber o mais possível para conseguir fazer as perguntas certas.

Na outra situação em que o jornalista vai para o terreno com pouca informação porque é algo que acabou de acontecer, o papel da produção, em tentar reunir o máximo de informação possível para ir mantendo o jornalista a par das novidades, torna-se fundamental.

Ainda durante a deslocação é muito importante o diálogo com o repórter de imagem. É preciso explicar aquilo que se vai fazer, bem como, se possível, a abordagem que se quer dar a determinado assunto, para que chegados ao terreno o repórter de imagem saiba que planos deve captar. Uma reportagem televisiva resulta sempre de um trabalho de equipa e o bom entendimento entre os envolvidos, evita constrangimentos na fase de pós-produção.

Chegados ao terreno surgem situações também elas características dos meios de comunicação de proximidade, que obrigam o jornalista a um maior conhecimento sobre a temática a abordar e onde não há lugar para errar.

Durante a realização deste projeto o investigador presenciou diversos cenários que fundamentam as conclusões daí retiradas. Realizou coberturas noticiosas onde estavam presentes outros órgãos de comunicação nacionais, iniciativas que contavam apenas com órgãos locais e onde o Porto Canal era a única televisão e, ainda, acontecimentos onde apenas estava presente a equipa do órgão de comunicação em estudo.

É essencial perceber que para uma reportagem televisiva a obtenção das declarações por parte dos envolvidos no acontecimento é uma fase fundamental. O conteúdo jornalístico é muito mais enriquecido se a história for contada por quem a está a viver, em vez de ser o jornalista a narrar. Mas isto exige ao jornalista que seja capaz de formular as questões corretas e esperar pelas boas respostas.



Assim sendo, quando se trata de um evento de interesse nacional, em que vários órgãos de comunicação estão presentes, as questões são elaboradas pelos vários jornalistas em simultâneo. Isto faz com que se tenha acesso a muita informação, e onde dificilmente será esquecida alguma questão.

No caso de acontecimentos em que estão presentes outros meios de comunicação, mas o Porto Canal é a única televisão, já é possível identificar um grande desafio: lembrar perante os presentes a importância da imagem. Questões como o local onde será feita a entrevista tendo em conta a iluminação, a colocação do jornalista televisivo de forma a enquadrar o entrevistado, e a forma como as perguntas são formuladas. Em televisão todas as questões devem ser feitas enquanto a câmara está ligada, não existindo a possibilidade de ir perguntando à medida que as questões vão surgindo.

Por fim, existem ainda situações em que a televisão de proximidade é a única presente. É nestes casos que se evidencia a ideia de que o jornalista deve ter um total conhecimento sobre o assunto e onde a margem de erro é nula. Após presenciar as várias situações conclui-se que estes casos são os que apresentam maior dificuldades e é algo que acontece com alguma frequência numa televisão que aborda conteúdos de proximidade.

Outra característica distinta da realização de uma reportagem em televisão de proximidade face aos meios nacionais, é o facto de esta ter o dever de informar sobre algo importante para a região, independentemente da magnitude do acontecimento.

Olhamos para um exemplo prático que ilustra esta situação. No dia 21 de Março de 2016 estava marcada uma manifestação do sector da hotelaria, restauração e similares da zona norte, devido ao congelamento de aumentos salariais. No local estiveram também presentes a SIC, RTP E TVI. Porém as indicações eram diferentes. As estações nacionais estavam aguardar pelo número de participantes, de modo a perceber se o impacto das pessoas envolvidas justificava a realização da reportagem. Tal não acontecia com o Porto Canal que tinha a indicação para fazer a reportagem, porque o facto de pessoas do norte se unirem para manifestar os seus direitos já é um valor notícia importante para uma televisão de proximidade, o número de pessoas que adere pode alterar simplesmente a posição que a reportagem ocupa no alinhamento informativo.

Na realidade o território sobre o qual o órgão atua tem uma grande influência na realização do conteúdo informativo. Quando se trata de uma iniciativa, perceber o impacto que esta pode ter para determinada região deve ser sempre o ponto de partida.

Um exemplo desta situação é uma reportagem emitida no programa Mundo Local de 7 de Março de 2016. João Canijo, cineasta português, realizou um novo filme - “Amén” – que acompanha onze mulheres em peregrinação de Vinhais a Fátima. Esta é a ideia principal da notícia e aquilo que foi divulgado, por exemplo, pela RTP. No caso do Porto Canal, a abordagem feita é um forte exemplo da importância dada ao território. Neste canal de proximidade a notícia é que o filme é gravado em Vinhais e por esse motivo onze atrizes estão durante alguns dias junto da população. Aqui a notícia é a escolha do local, mais do que a realização do filme pelo cineasta português.

A importância dada ao local é bastante perceptível nos oráculos presentes ao longo da notícia difundida pelo Porto Canal e que estão representados na figura 3.



Figura 3 - Notícia do programa Mundo Local de 7 de Março de 2016

Assim sendo, é possível identificar algumas diferenças aquando a preparação e deslocação ao terreno para a realização de uma reportagem de proximidade. Nomeadamente a elevada exigência de conhecimento que é feita ao jornalista, que se deve preparar para poder ser o único profissional de comunicação presente e chegado ao local ter implícita a ideia que o território no qual está inserido deve estar sempre subjacente no discurso.

### 5.2.2.2 Elaboração da Reportagem

Chegados do terreno com o máximo de informação possível sobre o acontecimento procede-se à elaboração da reportagem. Aqui é preciso ter em conta várias regras de construção, que acabam por funcionar como um guia durante todo o processo. O primeiro passo é a escolha dos *TH's*<sup>7</sup>. Estes devem ser capazes de relatar as partes mais importantes do acontecimento, servindo a voz *off* do jornalista como um complemento. Ou seja, esta escolha e a disposição que têm ao longo da reportagem determina a abordagem que o jornalista dá a determinado assunto.

De seguida é importante olhar para as imagens. Em televisão o jornalista escreve com as imagens, tendo por isso que ter especial cuidado para evitar redundância entre o que o espetador ouve e vê. Outro aspeto a ter em conta é a força que uma imagem pode ter. Por vezes são captadas imagens que retratam exatamente o que se pretende transmitir, então deve ser dada primazia à sua utilização e o texto deve servir apenas como uma forma de as contextualizar.

Após estes dois passos inicia-se o processo de escrita: “A escrita jornalística de televisão deve ser curta, clara, forte e sugestiva” (Oliveira, 2007, p. 23). O jornalista deve ter sempre presente que tem que entregar ao público algo fácil de compreender, um produto acessível a todos independentemente da literacia do telespectador.

Se na primeira fase se podem identificar diferenças entre o divulgado pelos meios nacionais ou locais, nomeadamente a escolha dos *th's* e a abordagem dada ao assunto – mais direcionada para uma região ou para um país – na fase da construção do texto essas diferenças saem reforçadas.

Quando o jornalista escreve o *off*, e principalmente se o assunto é de âmbito nacional, é preciso ter em conta a noção de território abordada ao longo desta dissertação. Ou seja, no caso do Porto Canal, independentemente se o assunto envolve outras regiões é a visão do norte que deve ser realçada.

---

<sup>7</sup> Acrónimo de Talking Head. Isto é, um médium close up, em que surge a imagem do entrevistado, bem como os microfones e aparelhos de gravação dos meios de comunicação envolvidos, enquanto este responde às perguntas do jornalista.

A 14 de Abril de 2016 é emitida uma reportagem no programa Mundo Local, da qual foram retiradas as imagens presentes na figura 4, que traduz esta adaptação da linguagem ao território. A notícia fazia referência aos resultados do Relatório Anual de Segurança Interna e tinha como base a informação proveniente da Agência Lusa que dava conta de que Vila Real era o distrito onde a criminalidade participada mais crescera. Sendo Vila Real um distrito da zona de cobertura do Porto Canal, tratava-se de uma notícia de grande importância para o órgão do norte. No entanto, na mesma nota informativa surgiam Lisboa, Porto e Setúbal como os distritos com maior peso absoluto de criminalidade.

A notícia transmitida pelo Porto Canal começa por referir que Vila Real foi o distrito que registou um maior aumento da participação de crimes às forças de segurança públicas face ao ano anterior. Mais à frente surge a referência aos distritos de maior peso absoluto de criminalidade: “Olhando agora para o número total de crimes participados o Porto surge em segundo lugar, com 62.028 participações, superado apenas por Lisboa onde foram registados 89,974 crimes”. A formulação desta frase é um dos exemplos que melhor mostra a linguagem utilizada em jornalismo de proximidade. Aqui, embora não colocando em causa a veracidade da notícia, a informação deve ter sempre como base a região sobre a qual o órgão atua.



Figura 4 - Notícia do programa Mundo Local de 14 de Abril de 2016

Outro traço identitário da região é o facto de nas notícias surgir muitas vezes referidos dados relativos à zona norte. É muito frequente, independentemente de se o

assunto é de cariz nacional, terminar a notícia a referir o número de pessoas, instituições, entidades da região norte afetadas pelo acontecimento.

Depois de construído o texto passa-se à sonorização do mesmo. Esta é das fases que mais se distancia da identidade regional. Independentemente da naturalidade do jornalista, este deve ser capaz de utilizar uma linguagem o mais “limpa” possível, sem que se consiga identificar qualquer sotaque que o associe a uma determinada região.

Isto passa essencialmente pelo facto da pronúncia poder dificultar a compressão do telespectador e ser geradora de grandes assimetrias ao longo de um bloco informativo. Embora isto possa parecer algo difícil de conseguir, nomeadamente num canal onde grande parte dos jornalistas são de cidades do norte com acentuadas pronúncias, o certo é que são raras as vezes em que estas são identificadas.

Em suma, a elaboração de uma reportagem rege-se por regras próprias, algumas praticadas por toda a comunicação independentemente da cobertura geográfica, outras que surgem como características dos meios de proximidade, como é o caso da adaptação da linguagem ao território sobre o qual informam.

### **5.2.3 Pós-Produção**

A Pós-produção surge como a fase final da construção da reportagem enquanto conteúdo audiovisual. É aqui que se cria uma história onde o som e a imagem se completam de forma a proporcionar uma diferente experiência no telespectador.

Apesar de ser uma fase comum a todos os produtos audiovisuais, a edição segue processos diferentes consoante a tipologia de conteúdos. Em informação, são várias as regras a que deve obedecer.

Quando associada ao jornalismo de proximidade, esta apresenta uma grande diferença: aqui o jornalista tem também o papel de editor. Assim sendo, é importante perceber as vantagens e desvantagens que este aliar de funções traz para a prática do jornalismo.

#### **5.2.3.1 O Processo de Edição**

Tal como foi referido anteriormente, a construção da reportagem começa com a escolha dos *th's*, passando de seguida à análise das imagens sobre as quais é escrito um texto que é sonorizado pelo jornalista. Após reunir este material inicia-se o processo de edição, isto é, a construção da história audiovisual que se pretende contar ao público.

Em informação essa construção deve seguir determinadas regras, que passam essencialmente pela seleção e posição que as imagens ocupam ao longo da *timeline* e ausência de efeitos de vídeo, ou seja, a utilização de uma linguagem visual o mais próxima possível da realidade, onde não há lugar para a manipulação da imagem.

Quando se pensa na seleção das imagens, há também um fator importante a ter em consideração: a duração do conteúdo audiovisual. As reportagens analisadas durante a presente investigação são reportagens de informação diária com um tempo médio de um minuto e quarenta e cinco segundos. Assim, o jornalista tem que ser capaz de chamar a atenção do público desde o primeiro segundo. Um bom início é a chave do sucesso de uma reportagem.

A imagem inicial tem que ser dinâmica e apelativa. Se há casos em que um plano geral é o que causa mais impacto, por exemplo quando se quer mostrar a magnitude de um evento ou o número de pessoas que aderiram a uma manifestação, outras vezes um plano mais próximo é o que melhor ilustra a situação.

Olhando para dois exemplos de reportagens de temas bem distintos, é possível mostrar como a utilização de planos próximos pode despertar atenção do telespectador. Um dos casos trata-se da imagem inicial de uma reportagem sobre um idoso que foi encontrado morto no Rio Cávado. A reportagem começa por mostrar o local exato onde o corpo foi encontrado e é essa a informação que é dada na primeira frase do jornalista, ou seja o afirmar que “foi aqui que foi encontrado o corpo” chama a atenção para a visualização de uma forma mais acentuada do que se fosse dada uma imagem mais geral do acontecimento.

Outro exemplo é a primeira imagem de uma reportagem sobre a Festa da Cereja, em Resende. No caso trata-se de um homem com um grande bigode que come uma cereja, enquanto olha para a câmara, acompanhada pela seguinte frase: “aqui não há quem resista a esta verdadeira iguaria”. O jornalista dá um rosto ao acontecimento ao pegar no lado divertido da imagem para mostrar o espírito de festa do evento noticiado. Mais uma vez um plano geral não teria tanto impacto no público.

A atenção na escolha das imagens tendo em conta a informação que estas passam ao público é uma constante ao longo de toda a construção da reportagem. Outra das regras em informação é o facto de quando os *th's* são demasiado extensos, se dever colocar imagens que se sobrepõem ao entrevistado de forma a dar dinamismo. Aqui podem ser utilizadas imagens de menor duração, sendo sempre exigida a colocação de dois clips.

Por fim, a última imagem deve também ela ser escolhida com algum cuidado. É preciso dar a ideia de conclusão, de que a abordagem terminou, ou seja, tal como o áudio, a imagem deve criar uma história com início, meio e fim. Deste modo, é frequente colocar no final imagens em que os envolvidos estejam a sair do plano. Um exemplo fortemente utilizado é colocar, em situações que envolvem polícia ou bombeiros, a imagem das viaturas a sair do local.

A figura 5 representa exemplos de como começar e terminar uma reportagem. Aqui é evidente a característica apelativa da primeira imagem e conclusiva do clip final.



Figura 5 - Exemplos de imagem inicial e final de reportagens do Porto Canal

A anterior descrição da utilização das imagens permite concluir que em informação é exigido um grande cuidado na sua recolha, conseguindo captar diferentes planos, capazes de dar ao jornalista uma maior facilidade na construção da história. Ou seja, apesar da curta duração de uma reportagem é necessário uma grande quantidade de imagens para a construir.

Quando, mesmo assim, não se consegue criar uma peça informativa com as imagens retiradas pelo operador de câmara, surgem alternativas que podem passar pelo pedido de cedência de imagens de outros meios de comunicação ou o recurso a imagens de arquivo.

Ao optar pelo primeiro caso deparamo-nos com algumas dificuldades pelos assuntos abordados num meio de proximidade. Isto é, usar imagens de outras televisões pode ser viável quando se trata de assuntos de interesse para o país, que por isso foram veiculados por órgãos nacionais, mas não é possível quando os acontecimentos têm um impacto local que não despertou interesse nesses meios. Isto torna-se um obstáculo exclusivo da informação televisiva de proximidade, uma vez que nos outros meios locais – imprensa ou rádio – é possível abordar qualquer tema sem haver necessidade de o ilustrar.



Ao recorrer a imagens de arquivo existe também o entrave deste ter uma dimensão mais reduzida, quando comparativamente com os órgãos nacionais, no entanto, é preciso ter em conta que a área de cobertura também é menor.

Ainda ligado ao território é de ressaltar que pelo facto dos acontecimentos de interesse noticioso acontecerem em sítios mais próximos geograficamente, há a possibilidade do câmara detetar a falta de imagens e deslocar-se ao local para proceder à captação.

O tratamento da imagem e utilização de efeitos são outras das tarefas associadas ao processo de pós-produção. Porém, na realização deste género de conteúdos audiovisuais, normalmente, isto não acontece.

As imagens, salvo raras exceções, são utilizadas tal como são captadas. O facto de a imagem não ser editada e não haver lugar para efeitos de transição de vídeo deve-se, por um lado, à ideia de divulgar imagens da realidade, onde a informação transmitida supera o lado estético. Por exemplo, é frequente ver imagens de placas identificativas de uma localidade ou de uma entidade, que mesmo que possam não estar centradas ou ter algumas sombras, são utilizadas. Pois, revelar essa informação é mais importante do que mostrar uma bonita imagem.

Por outro lado, os jornalistas estão em luta constante contra o tempo para concluir o conteúdo informativo. Deste modo, torna-se muito difícil abdicar do tempo que um tratamento cuidado de uma imagem exige.

#### **5.2.3.2 O Jornalista/Editor**

Em informação de proximidade é possível falar do jornalista enquanto editor. Embora se acredite que isto possa ser uma tendência nos próximos tempos, uma vez que exige menos recursos humanos e, consequentemente, um menor investimento, atualmente são poucos os órgãos de comunicação a recorrer a esta prática.

Este aliar de funções transporta para o jornalismo a noção de *multitask*. Isto é, a realização de várias tarefas em simultâneo por parte do profissional. O jornalista quando está no terreno, além de se preocupar em recolher informação e em falar com os envolvidos, tem que estar sempre atento a todos os pormenores, aquilo que pode

ser a imagem fulcral da peça informativa e perceber se o operador de câmara acompanha o pensamento e capta todas as imagens pretendidas.

A junção de funções torna-se uma das principais diferenças das televisões de proximidade face às restantes, o que trás vantagens e desvantagens merecedoras de análise.

Como ponto positivo pode ser apontada a continuidade de raciocínio. Ou seja, é a mesma pessoa que acompanha todas as fases de construção da reportagem, desde que toma conhecimento do assunto a tratar até que exporta o produto final, pronto para ser divulgado.

Durante o período em que o investigador teve na estação televisiva em análise, foi-lhe pedido que editasse reportagens de outros jornalistas. Isto é, acedia aos conteúdos captados pelo operador de câmara e construía a reportagem a partir daí. De ressaltar que foram situações pontuais, em que era impossível ao jornalista presente no acontecimento realizar a tarefa. Por exemplo, uma das situações deveu-se ao facto da equipa de reportagem estar no local à espera de novos desenvolvimentos sobre o caso - o resgate do corpo de um português que morreu enquanto fazia canyoning em Espanha - o que os impediu de chegar a tempo para a edição da reportagem, tendo em conta o horário do jornal.

Esta experiência permitiu perceber a importância da ida ao local para que se consiga construir um conteúdo informativamente mais rico. Ao olhar para as imagens o sentido que se dá à sua utilização é meramente ilustrativo, desprovido daquela informação que por mais que a equipa presente no local fale do acontecimento, não consegue ser passada a quem está a editar.

É com base nas dificuldades sentidas aquando a edição de uma reportagem sem sair da redação que se enfatiza a importância dada à continuidade de raciocínio anteriormente referida, e consequentemente ao papel do jornalista/editor.

No entanto, também se considera que este acumular de funções pode ter resultados negativos, principalmente no que respeita à componente técnica da pós-produção.

Acredita-se que se a edição for feita por um profissional que tem unicamente a função de editar, este acaba por concretizá-la com um maior rigor e sobre a qual terá um maior conhecimento. Ou seja, por um lado se existe a ideia de que quem realiza

apenas uma tarefa se torna especialista nisso e acaba por fazê-lo melhor, quando se analisa algo que envolve uma grande componente técnica isso acaba por ser potenciado.

Por outro lado, o conhecimento e a formação que se tem para realizar determinadas tarefa é algo importante de analisar. Isto é, apesar de nos planos curriculares mais recentes essa situação estar a ser alterada, o certo é que durante muito tempo as formações em jornalismo deixavam de fora a componente de edição – sendo considerada uma tarefa que não era realizada pelo jornalista – isto faz com que o jornalista/editor aqui analisado, tenha o seu primeiro contacto com programas de edição quando começa a trabalhar. Ao contrário de um editor, cuja formação passa exclusivamente por trabalhar com programas de edição.

Isto permite perceber que no que respeita à componente técnica o jornalista assumir também o papel de editor pode não ser a melhor opção e comprometer o resultado final. Porém, acredita-se que quando comparada uma melhor reportagem tecnicamente com uma reportagem que embora possa ter algumas falhas, é feita por quem vivenciou o acontecimento, esta última consegue transmitir uma imagem capaz de gerar um maior sentimento de proximidade com o público e, assim, cumprir o grande objetivo da reportagem analisada nesta dissertação.

Se, como foi analisado anteriormente, numa televisão de proximidade um jornalista acumula várias funções, a isto junta-se o facto de realizar um grande número de reportagens diariamente. Devido a fatores como a menor dimensão do próprio canal, e, conseqüentemente, um número mais reduzido de colaboradores, mas onde se quer acompanhar o ritmo de produção de informação de estações televisivas nacionais, os jornalistas fazem várias peças informativas por dia.

Também esta situação pode ser analisada pelo lado positivo e negativo. Se por um lado, não há tanto tempo para analisar todos os detalhes, nomeadamente na fase de pós-produção, o que pode aumentar o risco de falhas. Por outro lado, isto confere uma maior agilidade ao próprio jornalista.

Durante o período em que o investigador assumiu as funções de jornalista foi-lhe exigida essa rapidez de construção, e se no início isso era encarado como algo negativo, uma maneira stressante de fazer informação e que podia mais facilmente comprometer o resultado final, rapidamente passou a ser visto como das melhores

formas de um profissional de informação aprender a lidar com a pressão do tempo. O jornalista acaba por ficar muito mais ágil e perspicaz, percebendo mais rapidamente o que realmente interessa em vez de analisar o que rodeia a situação principal.

### 5.3 Análise de Resultados: As *Guidelines* da Reportagem de Proximidade

A análise de resultados apresenta-se como uma fase conclusiva, onde o investigador recorre aos conteúdos assimilados durante a componente teórica, de forma a fundamentar o observado na parte prática.

Assim sendo, o enquadramento teórico pode ser visto como a base de sustentação. Durante a sua construção foram apreendidos conceitos, ideias, analisados relatos de especialistas que dotaram o investigador de um grande conhecimento sobre a área, capaz de conseguir fazer juízos sobre cada situação experienciada.

No órgão de comunicação escolhido para realizar o estudo de caso, enquanto produtor, editor, jornalista, mas acima de tudo investigador, utilizou o conhecimento adquirido para conseguir discernir o importante do acessório, retirar exemplos e a partir daí apresentar conclusões.

É com o aliar do conhecimento teórico com as vivências “*in loco*” que se responde à questão de investigação desta dissertação e se apresentam os resultados daqui retirados. Em suma, consegue-se, assim, delimitar um caminho, isto é, apresentar consoante as várias fases de construção as *guidelines* de uma reportagem de proximidade.

Assim sendo, a seguinte tabela apresenta exemplos práticos vivenciados pelo investigador aquando a sua presença no Porto Canal para a concretização do estudo, de forma a fundamentar as *guidelines* para a reportagem de proximidade que conseguiu identificar.

Fases		Exemplos do Estudo de Caso	Guidelines: Reportagem de Proximidade
Produção	Obtenção de Informação	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uma reportagem emitida sobre as cheias do rio Leça, é um claro exemplo da importância da realização de rondas diárias para a obtenção de informação. Aquando a realização de uma ronda foi feito o contacto para os bombeiros voluntários locais, que informaram que naquele momento ainda não haveria qualquer situação de alarme, mas que pela subida do caudal do rio brevemente iriam começar a ficar casas inundadas. A informação foi finalizada pelo bombeiro a afirmar que não iria demorar a que uma equipa do Porto Canal estivesse no local. Na verdade, foi enviada uma equipa ao local e a descoberta de uma informação no tempo certo, permitiu que o canal conseguisse transmitir uma reportagem sobre a maior cheia naquela zona que muitos dos habitantes tinham memória, conseguindo ainda aceder aos principais locais afetados, que passados poucos minutos estariam inacessíveis ao trânsito.</li> <li>2. Outra forma de destaque para conseguir aceder à informação é o contacto feito por pessoas, quer individualmente, quer em representação de entidades. Um dos exemplos do sucesso é o caso de uma reportagem sobre uma Associação Intergeracional, que se dedica à produção de vestuário em crochet com finalidades solidárias. Se a ideia até pode ser considerada interessante, pela localização da sede do projeto – Tarouca – os responsáveis entenderam que o Porto Canal seria aquele que lhes conseguiria dar visibilidade. Durante o próprio contacto foi referido que o envio da informação a dar conhecimento da associação foi dirigido ao Porto Canal, por acreditarem que era um meio que se interessa pela região.</li> </ol>	<p>Embora a obtenção de informação para construção de uma reportagem de proximidade, também seja feita através de agências noticiosas ou conteúdos difundidos por outros órgãos de comunicação, as rondas diárias e os contactos feitos para o canal, são tidos como a única forma de garantir informações exclusivas e de última hora.</p> <p>Estas surgem como alternativa à falta de jornalismo de investigação, característica do jornalismo de proximidade, para o encontro de informações privilegiadas.</p>

Fases		Exemplos do Estudo de Caso	Guidelines: Reportagem de Proximidade
Produção	Critérios de Noticiabilidade	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. A 19 de Fevereiro de 2016, os três canais generalistas nacionais – RTP; SIC E TVI – abriam os telejornais com uma notícia que chocava o país. Uma menina de cinco anos morrera, em Lisboa, após a queda de um prédio durante a madrugada. Nesse mesmo dia o Porto Canal fazia a abertura com a polémica da Tap, um tema marcante para a região norte, sem nunca fazer referência, ao longo do telejornal, para a notícia desta criança. Passados dois dias, a 21 de Fevereiro, os três canais voltaram a abrir com a mesma notícia, desta vez também com um assunto fortemente negativo. Era encontrado o corpo da segunda criança desaparecida no episódio que ficou conhecido como a “Tragédia de Caxias”, um tema que marcou presença nos telejornais ao longo de vários dias. O Porto Canal, mais uma vez, não referiu o facto ao longo do telejornal e fez a sua abertura com uma explosão no Porto da qual resultou um ferido com queimaduras de segundo e terceiro graus.</li> <li>2. A 11 de Abril de 2016 é emitida no programa Mundo Local uma reportagem sobre uma aplicação para smartphones, cuja construção é merecedora de análise. “O João é utilizador da Aircourts, reservou um campo de padel de forma simples e rápida através da aplicação e veio jogar com os amigos”, esta é a frase de abertura da reportagem, enquanto mostra a imagem do desportista e que introduz o chamado vivo, isto é, a parte em que a pessoa fala sobre o assunto. Só numa fase posterior é que se explica ao certo em que consiste a aplicação e se dá a imagem a alguém da organização que fala sobre o assunto.</li> </ol>	<p>O critério da negatividade, um dos mais identificados nos órgãos de âmbito nacional, não tem força para superar o critério de proximidade. O que é próximo, nem que seja uma polémica supera o negativo, mesmo que isso signifique a morte de crianças e o choque de um país.</p> <p>Também a personalização ocupa um papel de destaque nas reportagens de proximidade, pois existe uma grande necessidade em humanizar o relato, em dar um rosto aos acontecimentos. Para este género de informação, mais do que mostrar que um problema existe é preciso mostrar quem é que afeta e de que forma.</p>

Fases		Exemplos do Estudo de Caso	Guidelines: Reportagem de Proximidade
Realização	Preparação e Deslocação ao Local	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Durante o estudo de caso o investigador presenciou diversos cenários. Fez coberturas noticiosas com outros órgãos de comunicação nacionais, com profissionais da imprensa ou rádios locais, mas também cobriu eventos em que era o representante do único órgão de comunicação presente. Comparando as três experiências atribui-se uma maior dificuldade na realização de uma reportagem quando é o único meio presente e, acontecendo isto com alguma frequência num meio de proximidade, é preciso criar mecanismos de defesa que passam por uma melhor preparação sobre a temática a abordar.</li> <li>2. No dia 21 de Março de 2016, era feita uma reportagem sobre a manifestação do sector da hotelaria, restauração e similares da zona norte, devido ao congelamento de aumentos salariais. No local estavam também presente a SIC, RTP e TVI. No entanto as indicações eram diferentes. As três estações só faziam a reportagem se o número de pessoas envolvidas justificasse, tal não acontecia com o Porto Canal, onde era dada simplesmente a indicação de fazer a Reportagem. Por fim, a notícia foi dada em todos os canais por um elevado número de participantes.</li> </ol>	<p>O facto do jornalista de proximidade abordar temáticas que muitas vezes o tornam o único a estar presente num evento, faz com que lhe seja imposta uma maior exigência de conhecimento. Assim sendo, pode-se concluir que uma reportagem de proximidade impõe uma preparação mais cuidada por parte do jornalista. Aquando a realização de uma reportagem de proximidade, a magnitude do evento não é o mais relevante. É preciso mostrar o que aconteceu, mesmo que isso possa implicar dizer que a adesão foi fraca. Pois, um canal que visa dar espaço à região não pode deixar de fazer uma notícia sobre a revolta da população em função do número de pessoas que o demonstram. A adesão poderá influenciar, simplesmente, a posição da reportagem no alinhamento.</p>



Fases		Exemplos do Estudo de Caso	Guidelines: Reportagem de Proximidade
Realização	Elaboração da Reportagem	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. A 14 de Abril de 2016, é emitida no Mundo Local uma notícia referente aos resultados do Relatório Anual de Segurança Interna. A informação proveniente da Agência Lusa dava conta que Vila Real era o distrito onde a criminalidade participada mais crescera, sendo esta a informação de grande destaque para um meio de comunicação do norte. No entanto, na mesma notícia surgiam Lisboa, Porto e Setúbal como os distritos com maior peso absoluto de criminalidade. A notícia avançada pelo Porto Canal começa por referir que Vila Real foi o distrito que registou um maior aumento de participação de crimes às forças de segurança face ao ano anterior. Porém mais à frente pode ouvir-se a seguinte frase: “ Olhando agora para o número total de crimes participados, o Porto surge em segundo lugar, com 62.028 participações, superado apenas por Lisboa onde foram registados 89,974 crimes”.</li> <li>2. A sonorização é parte fundamental da construção da reportagem e nesta fase assiste-se a algo curioso: ao afastamento da identidade regional. Aqui o áudio deve ser o mais universal possível e não deixar transparecer a naturalidade do autor. É claro que este cuidado também é tido nos meios nacionais, mas uma vez que se trata de uma órgão com uma ligação a um território assumido, poderia pensar-se que este traço identitário também era aceite, o que não se verifica.</li> </ol>	<p>A linguagem utilizada é um dos principais aspetos a ter em conta na construção deste género jornalístico. O discurso deve ter sempre como base a região sobre a qual o órgão de comunicação atua.</p> <p>Apesar de como foi referido o discurso dever ter como base o território, a linguagem numa reportagem de proximidade deve ser o mais “limpa” possível, sem que seja identificado qualquer sotaque.</p>

Fases		Exemplos do Estudo de Caso	Guidelines: Reportagem de Proximidade
Pós-Produção	O Processo de Edição	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. O processo de edição de uma reportagem de proximidade assemelha-se ao de qualquer outro conteúdo informativo. Existindo, porém, diferenças no que respeita ao acesso às imagens. Se o assunto é de âmbito local, dificilmente outras televisões têm imagens que consigam ceder e o facto dos órgãos regionais serem normalmente do meio impresso ou radiofónico, faz com que uma televisão de proximidade tenha poucos recursos quando confrontada com a falta de imagens. Isto reforça a ideia da falta de televisões de proximidade, que caso existissem poderiam ajudar a ultrapassar esta dificuldade.</li> </ol>	<p>O repórter de imagem tem que ter um cuidado redobrado na recolha de imagens. Tem que garantir o número de clips necessários para a construção da reportagem, pois caso estas faltem, um jornalista de proximidade depara-se com dois grandes entraves: dimensão reduzida do arquivo e impossibilidade de pedir cedência de imagens a outras televisões.</p>

Fases		Exemplos do Estudo de Caso	Guidelines: Reportagem de Proximidade
Pós-Produção	O Jornalista /Editor	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Em informação de proximidade o profissional alia a função de jornalista à de editor de vídeo. Aqui é a mesma pessoa que acompanha todas as fases da construção da reportagem, desde que toma conhecimento do assunto até que a concretiza, assistindo-se a uma continuidade no pensamento. Os pormenores, aquilo que viu e o ambiente é melhor relatado por quem foi ao local e conviveu com os envolvidos, isto é, por quem vivenciou o acontecimento. Tal situação não é normalmente praticada nas televisões de âmbito nacional.</li> <li>2. Outra situação merecedora de análise na fase de pós produção é o número de reportagens que um jornalista realiza por dia. Pelo número reduzido de profissionais, cada jornalista pode chegar a fazer quatro reportagens por dia. Isto quando se trata de um profissional que além de ir ao terreno ainda tem que vir para a redação fazer a edição do próprio trabalho faz com que a luta contra o tempo, característica do jornalismo, tenha ainda mais impacto.</li> </ol>	<p>Na realização de uma reportagem de proximidade o jornalista é também editor, o que permite algo essencial nesta forma de informar: quem vê é quem conta.</p> <p>O ritmo de trabalho é muito mais acelerado, caracterizando-se um jornalista de proximidade por uma grade agilidade no desempenho da profissão, nomeadamente na fase de pós-produção.</p>

Os exemplos práticos enumerados na tabela anterior, servem não só como fundamento para as *guidelines* identificadas, como também para facilitar o entendimento do leitor dos vários passos a seguir para construir uma reportagem de proximidade.

O ponto de partida é o acesso à informação, e logo nesta fase é possível identificar características próprias do jornalismo de proximidade. A dependência de terceiros para conseguir ter conhecimento daquilo que o rodeia, faz com que seja essencial uma boa relação com o público e com os restantes órgãos de comunicação. Estes são as principais fontes noticiosas, num jornalismo onde a investigação é quase inexistente.

Depois de ter conhecimento do acontecimento é necessário perceber se este tem interesse noticioso. Aqui é preciso ter em conta que se trata de uma reportagem pensada para um público que tem com aquele acontecimento um sentimento de pertença. Assim sendo, o interesse é maior se corresponder ao critério de proximidade ou se personalização. Isto é, se for algo que tenha acontecido no território ao qual o órgão de comunicação dá voz, e se a este acontecimento for possível atribuir um rosto.

De seguida dá-se início à realização da reportagem, sendo a preparação da deslocação ao local a primeira tarefa a desempenhar. Nesta fase é possível identificar uma importante característica das televisões de proximidade, que acaba por condicionar a realização da reportagem neste contexto: a presença solitária da equipa de reportagem no local. Isto é reflexo do baixo número de televisões regionais e locais em Portugal, e exige ao jornalista um elevado nível de preparação, onde a margem de erro é quase nula.

Chegado ao local mais do que perceber a magnitude do evento, uma reportagem de proximidade deve-se focar na forma como este afeta a comunidade que pretende retratar. Ou seja, mais importante do que dizer que estão presentes cem pessoas, é mostrar que aquele acontecimento está a afetar vinte cidadãos de um território que tanto é comum ao órgão de comunicação, como ao público que o escolhe como meio para obter informação.

Ainda na fase de realização é altura de se pensar na escrita da reportagem. Aqui é importante usar as palavras como forma de valorizar o local. Uma linguagem simples

e direta, como é regra geral em jornalismo, mas sem qualquer pudor em evidenciar as origens.

Por fim, uma reportagem está concluída quando se termina o processo de Pós-Produção. O facto de uma reportagem de proximidade ser editada por um jornalista e não por um editor de imagem é exemplo daquilo que com este género se pretende transmitir. A componente técnica tem pouca relevância, o importante é humanizar o relato, e quem melhor para o fazer do que o jornalista que esteve presente no local, escreveu a reportagem, ou seja, construiu toda a história.

Este acumular de funções por parte do jornalista, desempenhando um duplo papel - jornalista/editor - leva a que este profissional seja alguém que se caracteriza por uma grande agilidade na execução de múltiplas tarefas e uma maior facilidade em lidar com a pressão do tempo.

Em suma, independentemente do assunto uma reportagem de proximidade exige que o jornalista viva a situação e a retrate tendo como base a ligação estabelecida entre si e o público. Uma relação assente no pacto de proximidade, que sem afetar o dever de informar com rigor e isenção, tem como base uma assumida pertença a determinado território.

## **Conclusão**

A investigação aqui desenvolvida permite perceber que o jornalismo de proximidade se rege por regras muito características que condicionam toda a sua atividade. Os profissionais que o praticam devem ser capazes de seguir os princípios éticos e deontológicos, mesmo quando a pressão financeira os desafia; devem conseguir criar uma identidade regional numa época que privilegia o global; devem cumprir uma função social, promovendo o debate e não a aceitação, por fim, devem ter como prioridade o território quando o assunto é o mundo.

Quando esta forma de informar se manifesta recorrendo a um meio de divulgação como a televisão todas estas características saem reforçadas. No entanto, apesar das vantagens enumeradas para a sua existência, as televisões de proximidade continuam a ter dificuldades em crescer. Neste sentido, surge como exemplo o caso do Porto Canal, um órgão que se assume como promotor de informação de proximidade, e de quem se espera ver cumprido o pacto de proximidade, isto é, veicular conteúdos informativos que deem voz e imagem aos cidadãos sempre com o mesmo propósito: o desenvolvimento da região.

Para esse efeito, a reportagem surge como o género ideal. Aquele que permite a aproximação do jornalista ao seu público, que o leva ao local e às suas gentes para contar aquilo que aconteceu. E quando se domina a realização deste género informativo, fazer uma notícia ou uma entrevista torna-se algo bem mais simples.

Durante este estudo o investigador realizou diversas reportagens de proximidade, desde assuntos mais delicados, como a saúde, a temas mais divertidos, como por exemplo festas, situações polémicas ou eventos descontraídos. Todos eles tiveram a sua importância para apresentar conclusões fundamentadas e identificar o conjunto de regras às quais este género jornalístico deve obedecer enquanto produto audiovisual pensado para um meio específico.

No que à produção diz respeito, o jornalista deve ter uma grande atenção a tudo o que o rodeia. Desde os órgãos noticiosos, às informações provenientes de entidades ou populares, tudo deve ser analisado para perceber se pode ter interesse noticioso.

Esse interesse é maior quanto mais próximo o acontecimento ou o testemunho daqueles que o vivenciaram.

Na fase de Realização, o profissional deve estar preparado para ser o único jornalista de televisão no local. Este tem de ser capaz de comandar a situação, sendo exigido, por isso, um maior nível de preparação para os conteúdos a abordar. De volta à redação inicia-se a escrita do texto que serve de complemento às imagens captadas no local, altura em que é evidenciado o carácter regional da estação televisiva. A linguagem deve, por isso, ter sempre como base o território sobre o qual atua

A última etapa na construção de uma reportagem é a Pós-Produção. Aqui é de realçar o papel do jornalista/editor. Isto é, quem vai ao local é quem acompanha todo o processo até a reportagem ir para o ar, gerando, assim, uma continuidade de raciocínio.

Em suma, o trabalho desenvolvido permitiu perceber a importância de um género jornalístico que dá voz e imagem ao cidadão comum e que torna o país e o mundo em algo acessório, ao centrar a sua atenção no território.

## Bibliografia

- Betz, M. (2003). *Handbook for Television News Broadcasters*. Retrieved from [http://www.icfj.org/sites/default/files/Broadcast\\_English.pdf](http://www.icfj.org/sites/default/files/Broadcast_English.pdf)
- Bourdieu, P. (2005). *Sobre a Televisão*. Oeiras: Celta.
- Bodgan & Biklen. (1994). *Investigação Qualitativa em Educação - Uma introdução à teoria dos Métodos*. Porto: Porto Editora.
- Boure, R., & Lefebvre, A. (2000). Télévisions “Locales” et Territoires en Mouvement. *Hermès*, 26-27, 265–282.
- Cabral, A. M. & Júnior, A. E. V. P. (2009). Telejornalismo: da edição linear a digital, algumas perspectivas. In *XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Curitiba. Retrieved from <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/r4-2831-1.pdf>
- Cádima, F. R. (1999). *Desafios dos Novos Media*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Caleiro, M. E. R. S. (2005). *Para um Estudo do Jornalismo em Portugal (1976-2001) Padrões jornalísticos na cobertura de eleições presidenciais* (Doctoral dissertation, ISCTE). Retrieved from [https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/623/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o de doutoramento.pdf](https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/623/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20de%20doutoramento.pdf)
- Camponez, C. (2002). *Jornalismo de Proximidade*. Coimbra: Minerva.
- Canal, P. (2015). “Novo” Porto Canal nasce já dia 11 de Janeiro. Um Canal para SENTIR AINDA MAIS. Retrieved from <http://portocanal.sapo.pt/noticia/77435/>
- Canal, P. (2016). Site Oficial Porto Canal. Retrieved from <http://portocanal.sapo.pt/programa/94?ctx=sobre>
- Canelas, C. F. L. (2013). *O Binómio Jornalista-Editor de Imagem na Produção Noticiosa Televisiva*. (Doctoral dissertation, Universidade de Aveiro). Retrieved from <http://ria.ua.pt/bitstream/10773/11946/1/Tese.pdf>
- Capucho, M. F. (2004). A Entrevista Televisiva - Espaço de Co-Construção da(s) Identidade(s). *Máthesis*, 13, 253–263.



- Coelho, P. (2005). *A TV de Proximidade e os Novos Desafios do Espaço Público*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Coelho, P. (2007). FLP A função social das televisões de proximidade. Por um modelo de comunicação alternativo. *Estudos Em Comunicação*, (1), 319–331.
- Correia, J. C. (1998). *Jornalismo e Espaço Público*. Retrieved from [http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110826-correia\\_jornalismo\\_espacopublico.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110826-correia_jornalismo_espacopublico.pdf)
- Coutinho, R. , Gonçalves, D. & Nascimento, L. (2015). A Reinvenção dos Gêneros Jornalísticos no Ciberespaço: Estudo de Caso do Site Catraca Livre. In XXXVIII *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Rio de Janeiro.
- DN. (2006). As televisões que vão ao “fim da rua” na Internet. Retrieved from <http://www.dn.pt/arquivo/2006/interior/as-televisoes-que-vaao-fim-da-rua-na-internet-641001.html>
- DN. (2015). “A reportagem é um género nobre que tem sido mal tratado em Portugal.” Retrieved from <http://www.dn.pt/tv-e-media/media/ntv/interior/a-reportagem-e-um-genero-nobre-que-tem-sido-mal-tratado-em-portugal-4579299.html>
- ERC. (2010). *A Imprensa Local e Regional em Portugal*. Retrieved from <http://www.erc.pt/documentos/ERCImprensaLocaleRegionalfinal.pdf>
- Expresso. (2009). Porto Canal vai apostar cada vez mais na informação de proximidade - Juan Figueiroa. Retrieved from <http://expresso.sapo.pt/feeds/lusa/lusaeconomia/media-porto-canal-vai-apostar-cada-vez-mais-na-informacao-de-proximidade-juan-figueiroa=f536548>
- Gerbaud, D. (1996). La presse locale, facteur de cohésion sociale. *Communication et Languages*, nº109, 10–11.
- Godinho, J. (2011). *As Origens da Reportagem - Televisão*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Guirado, M. C. (2004). *Reportagem: a arte da investigação*. São Paulo: Arte & Ciência.
- Jerónimo, P. (2015). *Ciberjornalismo De Proximidade*. LabCom.IFP.

- JN. (2006a). “O tal canal do Porto” arranca hoje com emissão da Baixa. Retrieved from <http://www.jn.pt/arquivo/2006/interior/o-tal-canal-do-porto-arranca-hoje-com-emissao-da-baixa-571700.html?id=571700>
- JN. (2006b). Porto Canal. Retrieved from <http://www.jn.pt/arquivo/2006/interior/porto-canal-536250.html?id=536250>
- JN. (2010). Porto Canal abre novas delegações no Norte. Retrieved from <http://www.jn.pt/media/interior/porto-canal-abre-novas-delegacoes-no-norte-1607141.html?id=1607141>
- Jornalistas, S. dos. (1988). Estatuto da Imprensa Regional. Retrieved December 4, 2015, from <http://www.jornalistas.eu/?n=6362>
- JPN. (2007). RNTV “aprendeu com os erros” dos outros canais do Norte. Retrieved from <http://jpn.up.pt/2007/12/17/rntv-aprendeu-com-os-erros-dos-outros-canais-do-norte/>
- Lino, M. A. (2009). *Criação e impacto de um canal de distribuição de conteúdos audiovisuais na web*. (Master’s thesis, Universidade de Aveiro). Retrieved from <http://ria.ua.pt/bitstream/10773/1198/1/2010000377.pdf>
- Luíndia, L. & Souza, C. (2011). O desafio da grande reportagem: a teoria, a técnica e a prática como elementos constituintes do trabalho monográfico em Jornalismo. In *XCongresso de Ciências da Comunicação na Região Norte*. Boa Vista. Retrieved from <http://intercom.org.br/papers/regionais/norte2011/resumos/R26-0009-1.pdf>
- Malainho, J. (2010). *Os telejornais nas televisões regionais - O caso da RTV* (Master’s thesis, Universidade Fernando Pessoa). Retrieved from [http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/2257/3/DM\\_12131.pdf](http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/2257/3/DM_12131.pdf)
- Mota, D. (2005). A televisão adiada: as políticas para a televisão regional e local em Portugal. *Comunicação E Sociedade*, 7, 115–152.
- Moura, P. (2015). “A reportagem é um género nobre que tem sido mal tratado em Portugal.” Retrieved from <http://www.dn.pt/tv-e-media/media/ntv/interior/a-reportagem-e-um-genero-nobre-que-tem-sido-mal-tratado-em-portugal-4579299.html>
- Oliveira, J. N. (2007). *Manual de Jornalismo de Televisão*. Lisboa: CENJOR.
- Pereira, M. M. C. (2014). *Luzes sobre a realidade : direção de fotografia aplicada ao*

- documentário* (Master's thesis, Universidade do Minho). Retrieved from [http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/30446/1/Marcos Miguel Costa Pereira.pdf](http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/30446/1/Marcos%20Miguel%20Costa%20Pereira.pdf)
- Peruzzo, C. M. (2005). Ossiê 65. *Midia Regional E Local: Aspetos Conceptuais E Tendências, Revista Comunicação E Sociedade*, 65–84.
- Público. (1998). Livro de Estilo. Retrieved from [http://static.publico.pt/nos/livro\\_estilo/12-regras-c.html](http://static.publico.pt/nos/livro_estilo/12-regras-c.html)
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. Van. (2005). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Gradiva.
- Raimundo, O. (1991). *A Linguagem dos Jornalistas - Manual de escrita jornalística*. Ericeira: O Acontecimento.
- Rebelo, C. T. (2010) *TV Local e alegação da sociedade civil, a diversidade e o pluralismo: o (não) caso português*. Actas II Congresso Internacional Latina de Comunicación Social - Universidad de La Laguna.
- RTP. (2010). Porto Canal pioneiro em Portugal na utilização do LiveU. Retrieved from [http://www.rtp.pt/noticias/cultura/porto-canal-pioneiro-em-portugal-na-utilizacao-do-liveu\\_n338323](http://www.rtp.pt/noticias/cultura/porto-canal-pioneiro-em-portugal-na-utilizacao-do-liveu_n338323)
- Schmitz, A. A. (2011). *Fontes de Notícias - Ações e Estratégias das Fontes no Jornalismo*. Florianópolis: Combook.
- Silva, R. C. (2010). *A Transição do Jornalismo - Do Século XIX ao Século XX*.
- Sousa, J. P. (2002). *Comunicação regional e local na Europa Ocidental*, 4.
- Sousa, J. P. (2006). *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media*. Porto.
- Traquina, N. (2007). *Jornalismo*. Lisboa: Quimera.
- Vergara, S. (2004). *Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração*. São Paulo: Atlas.
- Wolf, M. (2006). *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença.
- Wolton, D. (1994). *Elogio do Grande Público - uma Teoria Crítica da Televisão*. Porto: Asa.

Xavier, A. & Rodrigues, L. (2013). Técnicas e Práticas para elaborar reportagens telejornalísticas. In *XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte*. Manaus.

Yin, R. (2001). Estudo de Caso (2 Ed.). Porto Alegre: Bookman.

## **Anexos**



RUA JOAQUIM PINTO, 78  
4460-338  
SENHORA DA HORA  
MATOSINHOS  
T. +351 229 538 525  
F. +351 229 549 554

#### PARECER ESTÁGIO TATIANA MELO

Tatiana Vanessa Bento Melo realizou o seu estágio na área de Produção de Informação e Jornalismo entre 3 de fevereiro e 3 de junho de 2016.


A Tatiana teve como tarefas a realização de "rondas diárias", agendamento de reportagens e recolha de informações para elaboração de dossiês entregues a equipas de reportagens. Pôde contactar, diretamente, com o trabalho das Delegações regionais do Porto Canal.

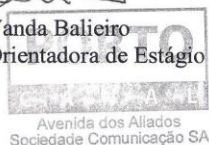
Seguiu-se o "trabalho de campo", sendo destacada para produzir reportagens. Devidamente acompanhada por jornalistas profissionais, foi desafiada a escrever textos jornalísticos, editar as imagens das próprias reportagens no programa de edição Premiere, bem como sonorizar peças jornalísticas.

Foi, sempre, solícita e denotou uma grande capacidade para assimilar novos conteúdos. A aluna mostrou-se aplicada, interessada, pontual e de excelente integração com a equipa.

Face aos desafios apresentados, registo um excelente desempenho da aluna, respondendo muito positivamente ao solicitado.

Avalio-a com a nota de 19 valores.

  
Vanda Balieiro  
Orientadora de Estágio



Porto, 7 de junho de 2016

CAPITAL SOCIAL 1.000.000 EUROS

MATRICULA CRC PORTO Nº 507 498 825

CONTRIBUINTE Nº 507 498 825

AVENIDA DOS ALIADOS - SOCIEDADE DE COMUNICAÇÃO, S.A.

## **Entrevista Exploratória a Vanda Balieiro – Chefe de Redação do Porto Canal:**

### **Como e quando surgiu a necessidade do Porto Canal criar delegações?**

O Porto Canal nasceu a 29 de Setembro de 2006 com uma aposta inicial na informação de interesse específico para os 14 concelhos que integram o Grande Porto, contando, para tanto, com a colaboração de empresas, autarquias e instituições relevantes desta área metropolitana.

Ao fim de quatro anos, alargou a sua intervenção a outras áreas territoriais do Norte, captando a atenção de uma audiência cada vez mais vasta e participativa.

Com uma produção totalmente nacional, o Porto Canal foi evoluindo, apresentando hoje uma grelha com 24 horas diárias de transmissão televisiva.

Tendo como grande aposta a informação de proximidade, o objetivo passa por revelar a identidade das pessoas e da região.

Para isso, iniciou-se um processo de descentralização informativa a partir do Grande Porto, onde está sediado o canal, com a inauguração, a 1 de Julho de 2010, das suas primeiras três delegações regionais.

A estação televisiva passou, assim, a contar com instalações em Penafiel (abrangendo o território do Tâmega-Sousa), Mirandela (abarcando o território de Trás-os-Montes) e Arcos de Valdevez (que abraça o território do Alto Minho).

Estas delegações vieram garantir maior capacidade operativa para assegurar a cobertura informativa da região Norte de Portugal. De resto, este foi apenas o primeiro passo para a abertura de uma rede de delegações regionais, com as quais o Porto Canal procurou dar maior visibilidade às principais comunidades urbanas nortenhas.

### **Neste momento quantas delegações tem o Porto Canal e onde se situam?**

Neste momento temos 6 delegações: Alto Minho (com sede em Arcos de Valdevez), Minho (com sede em Braga), Tâmega-Sousa (com sede em Penafiel), Alto Tâmega (com sede em Chaves), Douro e Trás-os-Montes (com sede em Vila Real) e Lisboa.

### **Qual o papel das delegações na produção de informação?**

A abertura das delegações veio reforçar as ligações regionais da estação, dando cumprimento à matriz editorial do Porto Canal, ou seja, o aprofundamento da descentralização da sua produção televisiva. O intuito foi dar voz a territórios menos mediáticos, promover o conhecimento do país, e discutir os problemas que habitualmente não têm cobertura informativa.

### **Alguma da informação produzida nas delegações parte de acordos com as CIM (Comunidades Intermunicipais)?**

Não. O Porto Canal estabeleceu com as CIM, e com outras entidades, protocolos de colaboração, que passam, essencialmente, pela realização de programas específicos e dedicados a assuntos de relevo para a região, como por exemplo o Mundo Local Especial.

O que acontece é que, muitas vezes, estas iniciativas são de interesse informativo, e daí, darem, também, origem a reportagens para programas com teor Informativo.

Como qualquer parceiro, entidade, agências de comunicação ou gabinetes de assessoria, as CIM sugerem reportagens, cabendo ao Porto Canal decidir se há interesse para a cobertura das mesmas.

### **A criação de uma delegação em Lisboa pode parecer que o canal se está a tentar expandir para fora da região norte. Como se insere na ideologia do canal a criação desta delegação?**

A criação de uma Delegação em Lisboa ocorreu em Março de 2012 e teve como objetivo dar expressão nacional a esta estação de televisão. O Porto Canal, apesar de estar centrado na região Norte, nunca deixou de ser um canal nacional. Por isso, tivemos sempre em mente dois fundamentos: primeiro, colocar o Porto Canal no centro das decisões políticas do nosso país; segundo, acompanhar o trabalho dos deputados eleitos pelos círculos eleitorais do norte. Quisemos dar voz às pessoas do norte que vivem em Lisboa, não ignorando, a Informação de cariz Nacional.



**Há alguma previsão da criação de novas delegações?**

Sim. Estamos a pensar alargar a cobertura noticiosa a outros territórios, mas, essa informação será anunciada a seu tempo.

**O que é que um facto tem de ter para ser considerado notícia pelo Porto Canal?**

Uma “notícia” é notícia em qualquer lado, seja no Porto Canal, seja na CNN.

É um acontecimento, pode ser atual ou o desenvolvimento de algo já existente, que diga respeito a várias pessoas, de interesse comum.

**Em 2016 o Porto Canal sofreu uma grande alteração com a sua aquisição pelo FC Porto. Em que medida é que isto afetou a informação aqui praticada?**

Em termos de Informação generalista não veio mudar grande coisa, a não ser o facto de termos mudado de Diretor de Informação, e a linha editorial ter alterado um pouco. Continuámos a fazer o nosso trabalho, normalmente. Em termos de Informação desportiva, passámos a ter conteúdos exclusivos do FC Porto e a dar mais destaque ao clube azul e branco.